

Аннотации дисциплин и практик
направление подготовки 38.03.02 «Менеджмент»
Направленность (профиль) «Менеджмент в креативных индустриях»
(совместно с ФГАОУ ВО МГИМО МИД РФ Одинцовский филиал)

Блок 1. Дисциплины (модули)

Обязательная часть

БЕЗОПАСНОСТЬ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Цель дисциплины:

Приобретение обучающимися знаний по идентификации опасностей в различных условиях жизни и деятельности человека и выработка практических навыков в принятии решений по защите человека и материальных ценностей от воздействия негативных факторов среды обитания и ликвидация их последствий.

Задачи дисциплины:

Научить обучающегося:

определять вид и источник опасности, для принятия комплекса эффективных мер по защите себя и населения от их неблагоприятного воздействия;

создавать комфортные условия трудовой деятельности и отдыха человека;

разрабатывать мероприятия по повышению безопасности и экологичности производственной деятельности;

планировать мероприятия по защите персонала и населения в чрезвычайных ситуациях и при необходимости принимать участие в проведение аварийно-спасательных и других неотложных работ при ликвидации последствий чрезвычайных ситуаций;

самостоятельно работать над усвоением содержания дисциплины и формированием необходимых компетенций.

Краткое содержание дисциплины:

Современная структура Вселенной. Эволюция человечества и среды его обитания. Эволюция мира опасностей. Области распространения и масштабы негативного влияния техносферы. Становление и развитие учения о человеко- и природозащитной деятельности. Опасности и их показатели. Возникновение и основы реализации опасностей. Закон толерантности, опасные и чрезвычайно опасные воздействия. Классификация (таксономия) опасностей. Опасности и их показатели. Количественная оценка опасностей. Показатели негативного влияния реализованных опасностей. Антропогенные и антропогенно-техногенные опасности. Виды взаимосвязей

человека-оператора с технической системой. Восприятие внешних воздействий и ошибочные реакции человека. Техногенные опасности. Опасности и человек. Региональные и глобальные воздействия. Чрезвычайные опасности. Совершенствование источников техногенных опасностей наилучшие из доступных современных технологий. Комплексная оценка безопасности техногенного объекта и жизненного пространства. Стратегия глобальной безопасности. Устойчивое развитие.

ИСТОРИЯ ЭКОНОМИКИ РОССИИ

Цель дисциплины: изучение студентами основных проблем истории экономики России, формирование у них компетенций, определённых профилем бакалаврской подготовки, развитие у студентов знаний, умений и навыков, необходимых при осуществлении научно-исследовательской и экспертной работы, умение анализировать потенциальные или актуальные проблемы экономики России и предлагать варианты их решения.

Задачи дисциплины:

- освоение студентами основных понятий и категорий истории экономики;
- изучение основных этапов развития экономики России;
- формирование у студентов понимания логики экономических процессов в единстве и историческим процессом;
- обучение студентов анализу историко-экономических аспектов развития рыночной экономики в России
- изучение положительных и отрицательных последствий экономических, денежных, налоговых, финансовых и других реформ, проходивших в экономике России;
- формирование гражданской и патриотической позиции студентов, составляющей основу национального сознания.

Краткое содержание дисциплины:

Патриархальное хозяйство восточных славян. Экономика Киевской Руси (IX -XII вв.). Феодальная раздробленность и экономическое развитие централизованного Русского государства (XII-XVII вв.). Основные условия и этапы объединения русских земель в централизованное государство. Роль Москвы в объединении России. Особенности формирования поместной системы землевладения и сословия дворян. Процесс закрепощения крестьян. Судебник Ивана III. Социально-экономическая политика Ивана IV.

Местничество. Опричнина. Борис Годунов. Первые Романовы на Российском престоле. Земский собор 1649 г. Зарождение мануфактурного производства. Иностранцы в России. Внутренняя и внешняя торговля, образование всероссийского рынка. Ярмарки. Становление купеческого сословия. «Торговая уставная грамота». «Новоторговый устав». Денежное обращение и государственные финансы в XV-XVI вв. Медный бунт. Соляной бунт. Подворное налоговое обложение. Казённые монополии.

Экономика России в XVII в. Россия в эпоху петровских преобразований (XVIII в.). Основные предпосылки петровских преобразований. Автаркия. Правление царевны Софьи. Сущность реформ Петра I. Мануфактурный период в промышленности. Реформа системы управления. Коллегии. Губернская реформа. Указ о единонаследии. Табель о рангах. Отмена местничества. Денежная реформа. Рост внутреннего рынка. Внешняя торговля и усиление протекционизма. Изменения в финансовой системе. Ревизии. Государственный бюджет. Военная реформа. Итоги реформ Петра I.

Реформы Александра II. Экономика России на рубеже XIX - XX вв. Торговля, денежное обращение и финансы. Денежная реформа Е.Ф.Канкрин. Социально-экономическая политика Александра I и Николая I. Столыпинская аграрная реформа и её последствия. Положение о землеустройстве. Крестьянский поземельный банк. Переселенческая политика. Кооперативное движение. Экономика России накануне и в годы Первой мировой войны.

«Военный коммунизм» и годы новой экономической политики в советской России (1917 -1927 гг.). Октябрьский переворот и установление Советской власти. Первые Декреты Советской власти. Выборы в Учредительное собрание. Брестский мир. Первые экономические мероприятия Советской власти. Национализация промышленности, банков и внешней торговли. ВСНХ. Закон о социализации земли. Продовольственная диктатура. Продотряды. Гражданская война и интервенция. «Главклизм». План ГОЭЛРО. Продразверстка. Гиперинфляция. Трудовая повинность. Трудовые армии. Кризис политики «военного коммунизма»

Кризис 1921 г. Массовая эмиграция. Голод 1921-1922 гг. Антиправительственные восстания крестьян. Кронштадтский мятеж. Переход к новой экономической политике в промышленности, сельском хозяйстве, банковском деле. Продналог. Формы государственного капитализма. Хозяйственный расчёт. Денежная реформа 1922-1924 гг. Фондовые биржи. Налоговая реформа. Возрождение кредитной системы. Акционерные банки. Внешняя торговля. Основные причины и условия свертывания нэпа в СССР. «Ножницы цен». Кризис сбыта.

Формирование государственно-плановой экономики (1928-1940 гг.). Задачи первых пятилетних планов, ход их выполнения. Политика «Большого скачка» в промышленности. Источники и методы индустриализации. Строительство новых городов и промышленных предприятий. Стахановское движение. Перепись населения 1939 г. Система ГУЛАГ. Итоги первых пятилеток.

Экономика СССР в годы Великой Отечественной войны (1941-1945 гг.). Перевод экономики на военные рельсы. Эвакуация промышленных предприятий. Социально-экономические источники победы. Ленд-лиз.

Послевоенное развитие народного хозяйства (1945 -1953 гг.). Восстановление народного хозяйства. Источники послевоенного экономического роста. Денежная реформа 1947 г. Динамика цен и заработной платы. Жилищный вопрос. Централизация экономики СССР. Административные реформы. Раздел мира на две системы.

Попытки реформирования командно-административной системы (1953-1991 гг.). Реформа 1965 года, её сущность и последствия. Внедрение принципов хозяйственного расчёта. Курс на ускорение социально-экономического развития страны. Попытка совершенствования хозяйственного механизма. Закон о государственном предприятии. Закон об аренде. Концепция о переходе к регулируемой рыночной экономике. Программа «500 дней». Ослабление территориального единства страны. Попытки избежать кризиса в начале 1991 г. Фактический распад СССР.

Экономические преобразования в 1990-е годы. Экономика России в начале XXI века. Состояние экономики в конце 1991 г. Правительство Б.И. Ельцина и Е.Т. Гайдара. Начало экономических реформ. Либерализация цен. Политика «мягкого инфляционизма». Развитие реформ в 1993-1994 гг. Распад рублёвой зоны. Проведение массовой приватизации. Трудности земельной реформы. Фондовые и товарные биржи. Выпуск ГКО. Причины дефолта 1998 г. и его последствия. Краткие итоги реформ 1990-х гг. Экономика России в начале XXI века. Влияние глобального финансового кризиса на экономику России в 2008-2009 годах. Влияние санкций на экономику России. Проблемы развития экономики России в новых геополитических условиях.

ОСНОВЫ РОССИЙСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННОСТИ

Цель дисциплины:

Целью преподавания дисциплины «Основы российской государственности» является формирование у обучающихся системы знаний, навыков и компетенций, а также ценностей, правил и норм поведения, связанных с осознанием принадлежности к российскому обществу, развитием

чувства патриотизма и гражданственности, формированием духовно-нравственного и культурного фундамента развитой и цельной личности, осознающей особенности исторического пути российского государства, самобытность его политической организации и сопряжение индивидуального достоинства и успеха с общественным прогрессом и политической стабильностью своей Родины.

Задачи дисциплины:

- представить историю России в её непрерывном цивилизационном измерении, отразить её наиболее значимые особенности, принципы и актуальные ориентиры;
- раскрыть ценностно-поведенческое содержание чувства гражданственности и патриотизма, неотделимого от развитого критического мышления, свободного развития личности и способности независимого суждения об актуальном политико-культурном контексте;
- рассмотреть фундаментальные достижения, изобретения, открытия и свершения, связанные с развитием русской земли и российской цивилизации, представить их в актуальной и значимой перспективе, воспитывающей в гражданине гордость и сопричастность своей культуре и своему народу;
- представить ключевые смыслы, этические и мировоззренческие доктрины, сложившиеся внутри российской цивилизации и отражающие её многонациональный, многоконфессиональный и солидарный (общинный) характер;
- рассмотреть особенности современной политической организации российского общества, каузальную природу и специфику его актуальной трансформации, ценностное обеспечение традиционных институциональных решений и особую поливариантность взаимоотношений российского государства и общества в федеративном измерении;
- исследовать наиболее вероятные внешние и внутренние вызовы, стоящие перед лицом российской цивилизации и её государственностью в настоящий момент, обозначить ключевые сценарии её перспективного развития;
- обозначить фундаментальные ценностные принципы (константы) российской цивилизации (единство многообразия, суверенитет (сила и доверие), согласие и сотрудничество, любовь и ответственность, созидание и развитие), а также связанные между собой ценностные ориентиры российского цивилизационного развития (такие как стабильность, миссия, ответственность и справедливость).

Краткое содержание дисциплины

Российская Федерация в пространственном, человеческом, ресурсном, идейно-символическом и нормативно-политическом измерении. Концептуализация понятия «цивилизация». Исторические, географические, институциональные основания формирования российской цивилизации. Российское мировоззрение и ценности российской цивилизации.

Политическое устройство России. Государственные и общественные институты. Вызовы будущего и развитие страны. Сценарии перспективного развития страны и роль гражданина в этих сценариях.

ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА

Цель дисциплины: формирование у студентов практических навыков работы с современными компьютерами, цифровыми и информационными технологиями, создания базовых визуальных и технологических решений для презентационных и аналитических материалов, являющихся частью профессиональных компетенций в сфере менеджмента и маркетинга.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с кругом концепций цифровой и информационной грамотности;
- развить понимание роли навыков использования информационных технологий в образовательном процессе и дальнейшей профессиональной деятельности;
- сформировать способность грамотно пользоваться терминологией области информатики и цифровых технологий,
- сформировать знание и понимание основ построения персональных компьютеров, современного состояния уровня и направлений развития вычислительной техники и программных средств;
- изучить возможности и технологические ограничения в использовании офисных технологий, программного обеспечения Microsoft Excel, Word, PowerPoint, а также аналогичных им онлайн продуктов Google;
- обучить базовым приемам первичной обработки и визуализации данных, методам и способам разработки текстовых, расчетных и мультимедийных документов;
- сформировать навыки применения ряда типичных прикладных программных средств и информационных технологий при решении академических и профессиональных задач;
- владеть основными методами и приемами защиты информации.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие цифровой грамотности как части профессиональных навыков маркетолога и управленца, повышения возможности трудоустройства и успеха в предпринимательстве. Основы этики, правила поведения в цифровых коммуникациях. Обзор прикладных пакетов программ и их назначения. Программное и аппаратное обеспечение современного персонального компьютера. Windows операционная система: назначение и функции. Основы защиты конфиденциальности информации.

Работа с электронными таблицами Microsoft Excel. Гугль-таблицы. Работа с текстовым редактором Microsoft Word. Основы визуальной культуры

композиции текста. Создание презентаций средствами Microsoft PowerPoint \ Google slides. Основы визуальной культуры композиции слайда.

ОСНОВЫ БИЗНЕСА, МАРКЕТИНГА И ЭТИКИ СОВРЕМЕННЫХ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: ознакомить студентов со сферой креативных индустрий, ее проблематикой и перспективами развития, и для начала формирования у студентов базовых профессиональных знаний и навыков в области маркетинга и управления организацией.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с определением сферы креативной экономики (креативных индустрий), основными понятиями и принципами бизнеса, предпринимательства, маркетинга;
- научить студента ориентироваться в спектре профессий и специализаций для бакалавра Менеджмента, в рынке труда и основных типах работодателей в области креативных индустрий;
- ознакомить с основными текущими проблемами, этическими противоречиями, подходами к созданию устойчивого бизнеса, перспективами дальнейшего развития в области креативных индустрий.
- сформировать представление о специфике бизнеса и маркетинге в сфере креативных индустрий,
- сформировать базовые навыки разработки решения бизнес и маркетинговых задач на предприятиях (в организациях и на проектных формах бизнеса).

Краткое содержание дисциплины:

Креативные индустрии как особый сектор экономики. Список креативных индустрий Джона Хоукинса (John Howkins, 2001). 7 характеристик креативных индустрий Ричарда Кейвса (Richard E. Caves, 2000). Доля креативных индустрий в различных экономиках мира.

Основные понятия и определения бизнеса, предпринимательства, маркетинга, менеджмента. Виды и типы бизнеса. Маркетинг как часть управления предприятием. Основные принципы маркетинга: 4Р. Основные виды и формы маркетинговых исследований. Маркетинговый план. План коммуникационной кампании.

Основы ситуационного анализа. SWOT. Обзор основных бизнес-моделей. Александр Остервальдер и Ив Пинье. Циркулярные бизнес-модели. Основные формы организации бизнеса в РФ. Стартапы. Источники финансирования. Бизнес-план. Рентабельность бизнеса. Точка безубыточности в сравнении с точкой окупаемости.

Маркетинг как часть креативных индустрий. Особенности разработки нового продукта в креативных индустриях. Особенности продвижения продукта креативных индустрий.

Понятие этики и деловой этики. Спектр этических проблем бизнеса. Этические принципы бизнеса. Типичные этические проблемы продвижения. Типичные этические проблемы проведения маркетинговых исследований. Особенности бизнес-этики в создании творческого продукта. Основы этика взаимоотношений в организации. Типичные особенности для креативных индустрий. Социальная ответственность бизнеса в сфере креативных индустрий.

Обзор и анализ основных индустрий креативной экономики в РФ. Подходы к оценке перспектив развития креативных индустрий в РФ. Рынок труда в креативных индустриях для выпускников бакалавриата Менеджмент. Индивидуальный план профессионального развития.

МИРОВАЯ ЭКОНОМИКА

Цель дисциплины: заключается в формировании у студентов комплексного и системного представления о ключевых закономерностях и особенностях развития мировой экономики, механизмах ее функционирования, а также о месте и роли различных стран и регионов в мировом хозяйстве. Изучение данной дисциплины направлено на формирование у студентов аналитических навыков и умения критически оценивать процессы и явления, происходящие в мировой экономике, что позволит им принимать обоснованные решения в профессиональной деятельности и быть компетентными в вопросах, связанных с международными экономическими отношениями.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий, теорий и моделей, описывающих функционирование мировой экономики и международных экономических отношений
- Анализ структуры и динамики мировой экономики, включая изучение ключевых отраслей, регионов и стран
- Исследование механизмов и инструментов международной торговли, инвестиций, миграции рабочей силы и капитала
- Оценка роли и места транснациональных корпораций, международных организаций и интеграционных объединений в мировой экономике
- Анализ глобальных экономических проблем и вызовов, таких как изменение климата, бедность, экономическая безопасность и неравенство

- Изучение особенностей и перспектив развития экономики отдельных стран и регионов, в том числе стран с переходной экономикой и развивающихся стран.
- Формирование навыков анализа и оценки экономических процессов на мировом уровне, а также навыков работы с источниками информации и статистическими данными
- Развитие критического мышления и способности к принятию обоснованных решений в области международных экономических отношений и мировой экономики

Краткое содержание включает основные направления курса:

Основы мировой экономики:

Сущность, этапы становления, концепции, механизм мирового хозяйства
Основные показатели участия страны в мировом хозяйстве.

Типология стран мира.

Природно-ресурсный потенциал мирового хозяйства.

Глобальные проблемы человечества.

Трудовые ресурсы мирового хозяйства.

Экономика зарубежных стран:

Развитые страны в мировой экономике. Сдвиги в экономике развитых стран.

США в мировой экономике. Американская социально-экономическая модель.

Развивающиеся страны в мировой экономике.

Россия в мировой экономике.

ИСТОРИЯ РОССИИ

Цель дисциплины – сформировать у студентов комплексное представление об истории России и ее месте в мировой истории, гражданское самосознание, патриотизм, чувства гордости за историю России, систематизированные знания об основных закономерностях и особенностях российского и всемирно-исторического процессов

Задачи дисциплины:

- знание движущих сил и закономерностей исторического процесса;
- знание основных этапов исторического развития Российского государства и общества;
- изучение культуры многонационального российского общества;
- изучение основных исторических событий, жизни и деятельности выдающихся исторических лиц;
- воспитание нравственности, морали, толерантности;

- понимание многообразия культур и цивилизаций в их взаимодействии;
- поиск информации и анализ исторических источников;
- умение проводить сравнительно-исторический анализ;
- умение логически мыслить, вести научные дискуссии, подкрепляя свои суждения историческими фактами;
- творческое мышление, самостоятельность суждений, интерес к отечественному и мировому культурному и научному наследию, его сохранению и приумножению.

Краткое содержание дисциплины:

Народы и государства на территории России в древности. Восточные славяне в VI-VIII вв. Формирование Древнерусского государства в IX-X вв. Русь в конце X - первой половине XII в. Культура и быт Древней Руси. Русь в XII - первой половине XV вв. Борьба Руси против агрессоров в XIII в. Русь в середине XIII-XIV вв. Московское государство в XV в. Культура и быт Московского государства в XV в. Московское государство в XVI в. Внешняя политика Ивана IV. Церковь и государство в XV-XVI вв. Россия на рубеже XVI-XVII вв. Россия в XVII в. Народы России в XVII в. Культура и быт в XVII в. Россия в первой половине XVIII в. Внешняя политика Петра I. Дворцовые перевороты. Россия во второй половине XVIII в. Народы Российской империи в XVIII в. Восстание под предводительством Емельяна Пугачева. Внутренняя политика Павла I. Россия в XIX в. Внутренняя политика Александра I. Отечественная война 1812 г. Движение декабристов. Кавказская война. Культура и быт в XIX в. Социально-экономическое развитие России в 60-90-е годы XIX в. Внутренняя политика Александра III. Россия в начале XX века. Внутренняя политика Николая II на рубеже веков. Внешняя политика России в конце XIX - начале XX вв. Русско-японская война. Революция 1905-1907 гг. Реформы П.А. Столыпина. Революции 1917 г. Конец двоевластия. Установление советской власти. Гражданская война. Советская Россия в 1920-е гг. Образование СССР. Национальная политика в 20-30-е гг. Внешняя политика советского государства. Великая Отечественная война 1941-1945 гг. СССР с середины 1940-х до середины 1980-х гг. СССР в середине 1980-х начале 1990-х гг. Россия в 1990-е гг. Россия в начале третьего тысячелетия.

ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И СПОРТ

Цель дисциплины: формирование физической культуры личности и способности направленного использования разнообразных средств

физической культуры, спорта и туризма для сохранения и укрепления здоровья, психофизической подготовки и самоподготовки к будущей жизни и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

Обладание способностью использовать методы и средства физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности.

Краткое содержание:

Социально-биологические основы адаптации организма человека к физической и умственной деятельности, факторам среды обитания. Организм человека и его функциональные системы, саморегуляция и совершенствование организма, адаптация, социально-экологические факторы, показатели состояния основных функциональных систем. Здоровье, здоровый образ и стиль жизни, основы жизнедеятельности, двигательная активность.

Общая и специальная физическая подготовка, методические принципы и методы физического воспитания, физические качества, двигательные умения и навыки, спортивная тренировка, разделы спортивной подготовки, структура учебно-тренировочного занятия, интенсивность физической нагрузки, зоны интенсивности нагрузки.

Физическая культура и спорт, физическое воспитание, самовоспитание и самообразование, физическая и функциональная подготовленность, психофизическая подготовка, профессиональная направленность физического воспитания.

МАТЕМАТИКА

Цель дисциплины: освоение студентами основных приемов и методов формализации, анализа и исследования прикладных задач средствами линейной алгебры, дифференциального исчисления функций одной переменной; формирование базовых понятий статистического метода исследования случайных явлений, статистического анализа выборочных данных и прогнозирования.

Задачи дисциплины:

- формирование представлений о месте математики среди других наук, о ее связях с другими методами исследований, о соотношении категорий непрерывного и дискретного, о вкладе математического анализа в изучении гносеологических и прикладных проблем естествознания. Ознакомление с историей возникновения и становления линейной алгебры, математического анализа, теории вероятностей и математической статистики.

- Ознакомление с основными разделами дисциплины (линейные алгебраические уравнения и методы их решения, матричная алгебра, теория пределов числовых последовательностей и функций, понятие непрерывности, различные виды скоростей изменения функции на промежутке и в точке, экстремумы функций и методы их исследования, теория интегрирования и её приложения, свойства функций, заданных конечными соотношениями, которые связывают аргумент, функцию и ее производные, генеральная совокупность и выборка, непрерывное и дискретное распределения признака генеральной совокупности, первичная статистическая обработка выборочных данных, статистические таблицы, проверка статистических гипотез, корреляция и регрессия).
- Формирование базовых представлений о теоретических и практических задачах, решаемых строгими и приближенными математическими методами.
- Ознакомление с основными инструментами математики: аналитические, численные и численно-аналитические методы исследования как на бумаге, так и с помощью компьютеров, опираясь на прикладные программы и пакеты компьютерной математики.

Краткое содержание дисциплины. Элементы аналитической геометрии. Прямые на плоскости и в пространстве. Двумерные плоскости. Линейная алгебра Системы линейных уравнений. Приведение систем линейных уравнений к ступенчатой форме. Решение систем линейных уравнений методом Гаусса. Замечание о методе Гаусса-Жордана. Векторы. Линейная зависимость (независимость) векторов. Свойства. Матрицы. Виды матриц. Алгебра матриц. Обратная матрица и ее свойства. Вычисление обратной матрицы методом Гаусса. Ранг матрицы. Вычисление ранга матрицы методом Гаусса. Теорема Кронекера-Капелли. Дифференциальное исчисление. Понятие множества. Числовые промежутки. Понятие функции. Элементарные функции. Предел последовательности и его свойства. Предел функции. Два замечательных предела. Непрерывные функции, их свойства и применения. Дифференцирование функций. Правила дифференцирования. Таблица производных. Понятие производной. Дифференцирование функций. Производные высших порядков. Основные теоремы дифференциального исчисления. Приложение производной. Экстремум функции одной переменной. Необходимые и достаточные условия экстремума. Экстремумы функции от одной переменной. Исследование функций и построение графиков. Исследование функций с помощью графиков. Интегральное исчисление. Первообразная и неопределенный интеграл. Правила интегрирования. Таблица первообразных. Теория вероятностей и математическая статистика. Элементы теории корреляции.

ТЕОРИЯ МЕНЕДЖМЕНТА

Цель дисциплины: изучение основных концепций и подходов к управлению организацией, разработанных наукой и практикой как за рубежом, так и в нашей стране, формирование современного управленческого мировоззрения, мышления, умений и навыков по принятию и реализации управленческих решений, личностных качеств, а также формирование общекультурных и профессиональных компетенций.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных концепций и принципов менеджмента.
- Анализ структуры и функций управления организацией.
- Исследование процессов принятия решений и контроля.
- Оценка роли лидерства и стилей управления в успешной деятельности организации.
- Формирование навыков анализа и оптимизации управленческих процессов.
- Развитие критического мышления и аналитических способностей.

Краткое содержание:

- Введение в науку о теории менеджмента
- Методологические основы теории менеджмента
- Социально-психологические основы менеджмента
- Функциональные основы менеджмента
- Процессный подход в менеджменте
- Собственность и менеджмент
- Экономические интересы в менеджменте
- Менеджер и собственник в управлении
- Основы корпоративного менеджмента
- Особенности организации корпоративного менеджмента
- Организационные основы менеджмента
- Информационные основы менеджмента
- Основы инновационного менеджмента
- Оценка менеджмента
- Модернизация и инновация менеджмента
- Перспективы и направления развития менеджмента

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОГРАММНЫЕ СРЕДСТВА В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Цель дисциплины: предназначен для формирования у студентов практических базовых навыков работы с современными прикладными программами, характерными для использования в сфере креативных индустрий, с целью формирования понимания спектра возможностей и технологических рамок графических растровых и векторных редакторов, видеомонтажа и других прикладных программ, задействованных в производственном цикле создания творческих продуктов или подготовке профессиональных презентационных материалов.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с рядом цифровых профессиональных технологий, применяемых при создании творческого продукта;
- сформировать знание и понимание основ технологии, современного состояния и направлений развития программных средств для творческих индустрий;
- изучить возможности и технологические ограничения в использовании программного обеспечения Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premier Pro и подобных им программ для работы с графическими растровыми, векторными и видео документами;
- сформировать базовые навыки применения ряда типичных прикладных программных средств и информационных технологий при решении академических и профессиональных задач;
- владеть основными методами и приемами защиты информации.

Краткое содержание дисциплины:

Обзор профессиональных компьютерных прикладных программ, их назначения в создании креативных или презентационных продуктов, возможностей и ограничений. Сравнительные характеристики растровой и векторной графики. Применение цифровых программ в креативных индустриях: 2Д программы. 3Д программы (CAD-моделирование). 4Д программы (видео и анимация).

Состав пакета Adobe Creative Suite. Программные продукты Autodesk. Библиотеки изображений. Бесплатные прикладные программы (Figma, др), бесплатные версии лицензионных ПО для студентов.

Основы растровой графики и среды программы Adobe Photoshop. Основное назначение и применение, функциональные ограничения. Визуальная культура представления фотоиллюстраций в рекламных материалах и презентациях. Подбор визуального решения в соответствии с задачами

презентации или исследования\ пожеланиями заказчика. Основные правовые аспекты использования фотоизображений.

Работа с графическим векторным редактором Adobe Illustrator. Обзор функциональных возможностей программы и типичных примеров ее применения. Знакомство с графическим планшетом и пером. Создание презентаций с использованием Фотошопа и Иллюстратора. Средства выразительности: композиция титульного слайда, шаблон- композиция для текстовых слайдов, типичные композиции для слайдов с иллюстрациями и инфографикой. Зависимость выбора стиля от характера задачи, бренда, типа продукции.

Основы редактирования видео. Adobe Premier Pro и аналоги. Обзор бизнес-задач, в которых используется применение видеоматериалов.

Практические аспекты прогнозирования развития цифровых средств для создания творческих продуктов.

ИСТОРИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ

Цель дисциплины: заключается в изучении и осмыслении исторических фактов и событий международных отношений и внешней политики. Обучающемуся предстоит выяснить и осмыслить исторические факторы, влияющие на международное положение современной России, проследить взаимосвязь экономического, политического, духовного развития страны на ее роль и место на международной арене. Обращение к историческим событиям внешней политики России позволит представить процесс развития российского государства, проследить эволюцию геополитических устремлений России. Изучение курса дает возможность увидеть всю сложность и многообразие исторических и современных дипломатических взаимоотношений России с государствами Европы, Азии, Америки и Африки.

Задачи дисциплины:

- изучить историю международных отношений и их нынешнее состояние;
- проанализировать основные теоретические подходы к исследованию международных отношений;
- определить историческое значение международного права как регулятора в системе международных отношений;
- изучить историю появления и деятельность основных межправительственных и неправительственных организаций и их роль в международных отношениях;

- изучить исторические особенности концептуальных основ российской внешней политики;
- оценить историческую роль России в международных отношениях;
- проанализировать историю взаимоотношений России с ведущими державами прошлого и современности;
- показать эволюцию современной внешней политики России и ее влияние на развитие международных отношений;
- сформировать понимание особенностей развития современной региональной внешней политики России;
- сформировать понимание исторических особенностей развития современной российской внешней политики.

Содержание курса:

Системы международных отношений. Формирование государств-наций. Понятие суверенитет. Основные теории международных отношений. Международные организации. Организация Объединённых Наций. История взаимодействия России с международными организациями. Международное право. Глобализация. Региональные интеграционные объединения. Европейский союз. ЕАЭС. Военно-политические блоки. Организация Североатлантического договора и Организация Договора о коллективной безопасности. История российско-американских отношений. Приоритеты внешней политики России в разные периоды истории. Конфликты в международных отношениях история их возникновения и проблемы урегулирования. Эволюция внешней политики России в постсоветский период. Современная концепция внешней политики России.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СРЕДА БИЗНЕСА В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: изучение специфики функционирования и развития предприятий в сфере креативной экономики, а также анализ экономических процессов и явлений, влияющих на их деятельность. Курс призван сформировать у студентов комплексное понимание принципов и механизмов работы креативных индустрий, познакомить с основными экономическими теориями и инструментами, применяемыми для анализа и прогнозирования развития креативного сектора.

Задачи дисциплины:

- изучить особенности креативной экономики и ее место в структуре мировой и национальной экономики
- рассмотреть основные виды креативных индустрий и их роль в формировании культурного и экономического потенциала страны

- проанализировать специфику и основные проблемы развития малого и среднего бизнеса в сфере креативных индустрий
- изучить методы оценки и анализа экономической эффективности проектов в креативных индустриях
- познакомить студентов с современными методами и подходами к управлению и развитию предприятий креативного сектора экономики
- сформировать навыки самостоятельного анализа и оценки экономической среды для принятия обоснованных решений в области управления бизнесом в сфере креативных индустрий

Краткое содержание дисциплины:

Определение предмета дисциплины и места дисциплины в научной среде.

Понятие микро- и макроэкономики, обзор эволюции экономических школ от классической до неокейнсианской. Общие понятия экономических школ.

Понятие факторов производства, экономического выбора и кривые ресурсов.

Основные особенности экономической среды бизнеса в сфере креативных индустрий.

Определение понятия и основных терминов микроэкономики. Организация (фирма), потребитель, рынок. Классификация рынков. Понятие “невидимой руки” рынка. Концепция фиаско рынка. Понятие издержек в экономической теории. Проблемы homo economicus и оппортунистического выбора агентов.

Ключевые определения для понимания и анализа потребительского поведения. Спрос и понятие эластичности спроса. Предложение и эластичность предложения. Эластичность спроса по цене и по доходу.

Понятие совершенной и несовершенной конкуренции. Принципы ценообразования для разных видов рынка. Цели и задачи микроэкономического анализа, его практическое значение для деятельности предпринимателей, малых предприятий, крупных корпораций. Принципы микроэкономического анализа. Методы микроэкономического анализа: предельный, функциональный и графический. Практические аспекты влияния результатов анализа на принятие решений.

Определение понятия и основных терминов макроэкономики. Экономическая цель общества. Роль государства в экономике. Модель кругооборота дохода. Понятие ВВП и ВНП. Взаимосвязь методов расчета ВВП и оценки объемов креативной индустрии. Экономические циклы. Долгосрочные и среднесрочные циклы в макроэкономике. Инфляция спроса и издержек. Особенности инфляции издержек в креативной индустрии. Понятие и виды безработицы. Курс валюты и платежный баланс. Налогово-бюджетная политика и ее влияние на креативные индустрии. Денежно-кредитная политика. Влияние стоимости кредита на креативные индустрии. Ключевые показатели для макроэкономического

анализа. Цели и задачи макроэкономического анализа, его практическое значение для деятельности предпринимателей, малых предприятий, крупных корпораций. Основные принципы и методы макроэкономического анализа. Основные экономические показатели креативных индустрий РФ. Динамика последних лет и ее тенденции.

Макро и микроэкономические факторы, влияющие на экономический рост.

Комплексные методы анализа. PEST-анализ

ИСКУССТВО И МИРОВАЯ КУЛЬТУРА

Цель дисциплины: помочь студентам развить критическое мышление, расширить культурный кругозор, изучить историю искусства и повысить уровень коммуникации. Также она может научить работать с источниками и литературой по искусству и мировой культуре, развивать эстетическое восприятие и сформировать личное отношение к искусству.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студентов с основными теоретическими понятиями и функциями, происхождением культуры и искусства, месте культурологии среди других наук;
- дать информацию об основных теориях, методах классификации видов искусств и творческой деятельности;
- ознакомить студентов с основными хронологическими этапами развития культуры и искусства, художественными стилями и направлениями, основными памятниками и персоналиями мировой и российской культуры и креативной индустрии;
- заложить основы системного подхода к межпредметным исследованиям, включающим изучение культуры, искусства и дизайна, и их связей с религиозными, философскими и эстетическими идеями конкретного исторического, в том числе текущего, периода;
- сформировать навыки использования профессиональной терминологии культурологии и креативных индустрий, аргументирования собственного мнения;
- сформировать у студентов потребность поддерживать актуальность собственных знаний и умений в данной сфере, понимания прямого отношения комплекса таких компетенций к их дальнейшей профессиональной деятельности в сфере креативных индустрий.

Краткое содержание дисциплины:

Определение терминов - культура, творчество, искусство, дизайн. Комплекс наук о культуре. Искусство в системе культуры. Классификация видов искусств, дизайна и творческой деятельности. Исторические и текущие подходы, современные академические дискуссии. Новые виды и жанры

творчества. Функции и специфика культуры. Функции искусства и дизайна. Межкультурные коммуникации. Диалог культур. Религия и культура. Основные концепции происхождения культуры и искусства. Актуальные проблемы изучения первобытной культуры и антропогенеза. Происхождение письменности и роль письменного языка. Общая периодизация европейской культуры. Влияние древнегреческого языка и письменных источников на европейскую культуру. Влияние культуры античности на развитие европейского искусства. Влияние латыни на развитие науки, культуры и искусства. Характеристика понятия “большой стиль”. Романский стиль. Готический стиль. Ренессанс. Эпоха Просвещения. Первая и вторая промышленные революции. Основные особенности и хронологические этапы развития культуры России. Современная социокультурная ситуация в России. Культурная политика РФ. Особенности развития культуры Европы и Северной Америки в новейшее время. Особенности развития и сегодняшнего дня исламской культуры и искусства. Особенности развития и сегодняшнего дня культуры и искусства Индии и Китая.

ФИЛОСОФИЯ

Цель дисциплины: формирование базовых знаний об общих законах развития природы, общества и мышления, принципах современной науки, духовных основаниях культуры, методологии рационально-критической оценки результатов человеческой деятельности, путей развития человеческой цивилизации, важности самопознания. Формирование теоретического взгляда на мир с позиции активного существа, осознающего как самого себя, так и то, с чем ему приходится взаимодействовать.

Задачи дисциплины:

- дать обучающимся систему философских знаний;
- научить ориентироваться в истории философии;
- прослеживать в многообразии и постоянном обновлении взглядов философов единства, воспроизведение, дальнейшую переработку «вечных» тем;
- сформировать у студентов прочные знания по основным разделам философии: онтологии, гносеологии, философской антропологии и социальной философии;
- привить навыки определения общего характера концепций, различения типа философских позиций;
- развить способность самостоятельного анализа и осмысления принципиальных вопросов мировоззрения.

Краткое содержание дисциплины:

Философия как способ познания и освоения мира. Специфика философских школ и направлений в содержательном плане и исторической ретроспективе. Философия Древнего мира. Философия Средневековья, Возрождения, Нового времени, Просвещения. Классическая и постклассическая европейская философия конца XVIII – начала XXI веков.

Русская философия. Философия бытия. Общество как предмет философского анализа Философии человека. Философия сознания и познания.

ГРАЖДАНСКОЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО РОССИИ

Цель дисциплины: изучение основных положений гражданского и предпринимательского права, формирование у студентов знаний, умений и навыков, необходимых для профессиональной деятельности в области юриспруденции, а также развитие правового сознания и правовой культуры.

Задачи дисциплины:

- Изучить основные понятия, институты и принципы гражданского и предпринимательского права
- Освоить законодательство Российской Федерации в области гражданского и предпринимательского права и судебную практику его применения
- Научиться анализировать и толковать правовые нормы, регулирующие гражданско-правовые и предпринимательские отношения
- Овладеть навыками составления гражданско-правовых договоров и иных юридических документов
- Разбираться в особенностях правового регулирования различных видов предпринимательской деятельности (например, торговля, производство, услуги и т.д.)
- Научиться применять нормы гражданского и предпринимательского законодательства при разрешении правовых конфликтов и споров
- Развивать навыки работы с правовыми базами данных и другими источниками информации для поиска и анализа правовых норм.
Формировать уважительное отношение к законодательству и правопорядку, развивать правовую культуру и грамотность

Краткое содержание включает основные направления курса:

- Понятие, предмет, методы и система гражданского и предпринимательского права.
- Особенности административных правоотношений в сфере гражданского и предпринимательского права.

- Субъекты административного права в сфере гражданского и предпринимательского права.
- Органы местного самоуправления как субъекты гражданского и предпринимательского права.
- Субъекты гражданского и предпринимательского права.
- Административно-правовые формы реализации гражданского и предпринимательского права.
- Административно-правовые методы реализации власти в системе местного самоуправления.
- Административная ответственность органов и должностных лиц местного самоуправления.
- Развитие системы функций, методов и форм управления в современных условиях в сфере гражданского и предпринимательского права.

ОСНОВЫ РУССКОЙ ДЕЛОВОЙ И НАУЧНОЙ РЕЧИ

Цель дисциплины: ознакомить бакалавров с основами научного и официально-делового функциональных стилей современного русского литературного языка; систематизировать и углубить знания в области русского языка и культуры речи; сформировать умения и навыки создавать тексты и документы разных типов; заложить основы профессиональной компетенции в области деловой коммуникации в сфере менеджмента в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

- изучить особенности научного и официально-делового функциональных стилей современного русского литературного языка, их жанровое разнообразие; рассмотреть наиболее типичные речевые ошибки, встречающиеся в научных текстах и деловых бумагах;
- освоить языковые и текстовые нормы научного текста и делового письма;
- научиться самостоятельно составлять тексты научного и официально-делового стилей;
- овладеть этическими нормами и правилами общения с коллегами разных национальностей, навыками эффективного делового общения с людьми, принадлежащими к разным культурным общностям;
- овладеть навыками публичного выступления.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Функциональные стили современного русского языка. Типы речи.

Тема 2. Нормы современного русского литературного языка. Культура русской речи.

Тема 3. Общая характеристика научного стиля. Жанры научного стиля.

Тема 4. Конспектирование текста. Основы библиографии.

Тема 5. Аннотирование текста. Реферирование текста.

русского литературного языка. Культура деловой письменной речи.

Тема 6. Официально-деловой стиль, его особенности. Культура деловой письменной речи.

Тема 7. Виды служебных документов и деловых писем. Особенности языка служебных документов.

Тема 8. Основы практической риторики. Публичное выступление.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОТНОШЕНИЯ

Цели дисциплины: изучить теорию и практику международных экономических отношений для формирования у студентов представления о принятии решений стратегического и тактического характера при разработке внешнеэкономической политики с учетом изменений в глобальной экономике.

Задачи дисциплины:

- Раскрыть сущность международных экономических отношений, их роль в развитии мировой экономики.
- Описать виды международных экономических отношений, включая международную торговлю товарами и услугами, международное движение капитала, международную миграцию рабочей силы, международный научно-технологический обмен.
- Изучить причины, динамику и проблемы международной экономической интеграции в современных международных экономических отношениях.
- Приобрести навыки ориентации в принятии решений при разработке внешнеэкономической политики
- Выработать навыки работы с источниками международной статистической информации.

Краткое содержание дисциплины.

- Система международных экономических отношений в мировой экономике.
- Мировая экономика и мировое хозяйство. Мировой рынок – основная категория мирового хозяйства.
- Механизм мирового хозяйства. Структура механизма мирового хозяйства. Мировая торговля. Международная миграция капитала.
- Свободные экономические зоны в мировой экономике.

- Страны мира в системе мирового хозяйства. Развитые страны в системе мирового хозяйства. Общие черты и особенности развивающихся стран.
- Глобальные проблемы современного мирового хозяйства.

БИЗНЕС-СТАТИСТИКА

Цель дисциплины: формирование у студентов базовых знаний и навыков в области статистического анализа, необходимых для принятия обоснованных решений в бизнесе.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление студентов с основными понятиями и методами статистического анализа.
- Обучение использованию современных статистических программ для обработки данных.
- Изучение основных этапов статистического исследования, включая планирование, сбор данных, их обработку и анализ.
- Исследование вопросов, связанных с представлением и интерпретацией результатов статистического анализа в бизнес-контексте.
- Освоение методов оценки качества статистических моделей и результатов анализа.

Краткое содержание дисциплины.

Понятие предмета, объекта исследования. Этапы статистического исследования. Данные, типология и шкалы. Вторичные данные. Домены применения знаний. Типология данных. Основные виды измерения данных: шкалирование, типы шкал. Практические аспекты применения статистики в бизнес-исследованиях и принятии решений.

Диапазоны и таблицы. Очистка данных – текстовые функции, даты и время. Проверка данных. Промежуточные итоги с диапазонами и другие возможности таблиц.

Генеральная и выборочная совокупности. Репрезентативность. Параметры и статистики. Вариационные и статистические ряды. Выборочная функция распределения. Визуализация выборочных данных. Гистограмма. Боксплот.

Методы одномерного анализа данных. Методы двумерного анализа данных. Методы многомерного анализа данных.

Точечное и интервальное оценивание числовых характеристик и параметров распределения генеральной совокупности. Понятие точечной статистической оценки. Свойства выборочных оценок: состоятельность, несмещённость, эффективность. Нахождение точечных оценок неизвестных параметров распределений методом моментов и методом максимального правдоподобия. Точечные оценки математического ожидания и дисперсии генеральной совокупности. Точечные оценки параметров основных распределений. Основные распределения математической статистики:

нормальное распределение, распределение Пирсона, Стьюдента, Фишера. Эмпирическая функция распределения. Интервальное оценивание числовых характеристик и параметров распределения. Основные понятия. Построение доверительных интервалов для математического ожидания и дисперсии нормального закона распределения.

Основные виды агрегации данных. Меры центральной тенденции. Мода, медиана, среднее. Выбросы. Меры количественной вариации данных: дисперсия, среднеквадратическое отклонение, коэффициент вариации. Меры качественной вариации.

Проверка статистических гипотез. Критерий (уровень) значимости. Построение критических областей. Ошибки 1-го и 2-го рода. Проверка гипотезы о законе распределения. Проверка гипотез о параметрах нормального распределения. Критерий «хиквадрат», проверка гипотезы о независимости признаков. Проверка параметрических гипотез, сравнение двух групп. Непараметрические критерии проверки гипотез.

Основные понятия корреляционного анализа: ковариация, коэффициент корреляции, их выборочные оценки. Применение выборочного коэффициента корреляции для оценки степени зависимости признаков.

Однофакторный дисперсионный анализ. Многофакторный дисперсионный анализ. Непараметрический дисперсионный анализ.

Простая линейная регрессия. Логистическая регрессия (логит-анализ). Бинарная логистическая регрессия: уравнение, показатели при интерпретации результатов использования бинарной логистической регрессии. Мультиномиальная логистическая регрессия.

МЕЖДУНАРОДНОЕ ПРАВО

Цель дисциплины: формирование у обучающихся комплекс знаний основных положений международного права, таких как, сущность и содержание основных понятий, категорий и терминов международного права, систему, сущность и содержание институтов и отраслей международного права, правовой статус субъектов международного права, сущность и содержание основ правовых отношений данной сферы.

Задачи дисциплины:

- приобретение обучающимися необходимых умений оперировать юридическими понятиями и категориями международного права
- анализ, толкование и правильное применение международно-правовых норм
- анализ юридических фактов и возникающих в связи с ними международно-правовых отношений
- принятие решений и совершение необходимых юридических действий в точном соответствии с международно-правовыми актами,
- осуществление правовых экспертиз нормативных правовых актов в международно-правовой сфере

- правильное составление и оформление юридических документов, связанных с международно-правовой сферой.

Краткое содержание дисциплины:

изучение закономерностей и этапов формирования понятия, источников, принципов и особенностей международного права;

выяснение возникновения международного права и периодизация его истории;

рассмотрение понятия субъекта международного права;

изучение сущности права международных договоров;

проведение анализа международных организаций как субъектов международного права и классификация;

изучение теории происхождения термина «территория», основные виды правового режима пространств в международном праве и их характеристика;

рассмотрение международно-правовых вопросов гражданства, защиты прав и свобод человека;

проведение анализа определения международного спора в международно-правовых отношениях, принцип мирного урегулирования споров; Устав ООН и другие международно-правовые акты о средствах разрешения международных споров;

исследование сущности международно-правовой ответственности государств, международные правонарушения, виды международно-правовой ответственности государства и их формы реализации, особенности ответственности за агрессию и иные виды преступлений;

проведение анализа понятия дипломатии и международного права, понятия и источников дипломатического права, истории возникновения института регулирования отношений между странами и народами, Конвенции о дипломатических сношениях 1961 г., о специальных миссиях 1969 г. и о представительстве государств в их отношениях с международными организациями универсального характера 1975 г., Положение о Министерстве иностранных дел Российской Федерации 2004 г.;

изучение понятия, принципов, источников и субъектов международного гуманитарного права;

выяснение предпосылок формирования сущности и значения международной безопасности;

рассмотрение международно-правового механизма сотрудничества государств в борьбе с преступностью;

исследование понятия и источников международного морского права;

проведение анализа определения международного воздушного права, специальных принципов и источников;

изучение понятия, принципов и источников международного космического права;

проведение анализа понятия и сущности международного экономического права.

БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: обучить студентов принципам и методам разработки и реализации проектов в сфере креативных индустрий с учетом специфики данной отрасли.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий и определений, связанных с креативными индустриями, их особенностей и тенденций развития.
- Обучение студентов основам бизнес-планирования, включая разработку концепции проекта, определение его целей и задач, анализ рынка и целевой аудитории, а также оценку рисков и возможностей.
- Освоение методов сбора и анализа информации для формирования стратегии развития проекта в креативной индустрии.
- Изучение подходов к разработке маркетинговой стратегии и определению каналов продвижения продукта или услуги в креативной сфере.
- Обучение принципам управления проектами в креативных индустриях, включая планирование ресурсов, организацию работы команды и контроль выполнения задач. б. Формирование навыков презентации и защиты бизнес-плана, а также подготовка к переговорам с потенциальными инвесторами и партнерами.
- Развитие критического мышления, креативности и предпринимательских компетенций, необходимых для успешной реализации проектов в креативных отраслях.

Краткое содержание дисциплины:

Основные концепции и понятия дисциплины. Цели и виды планирования.

Стратегическое планирование. Процесс и этапы стратегического планирования. Особенности и различия\ сходство в стратегическом планировании для предприятий и для проектов креативных индустрий.

Цели создания и назначение бизнес-плана. Классификация форматов бизнес-планов. Виды бизнес-планов. Обзор международных Стандартов бизнес-планирования (ЕБРР, КPMG, Tacis, UNIDO). Сравнительный анализ структур международных бизнес-планов.

Структура и последовательность разработки бизнес-плана.

Разработка идеи проекта. Выбор целей проекта. Выбор рынка. Сбор и анализ информации. Применение методик генерации бизнес-идей. Предварительная оценка перспектив проекта.

Разработка разделов анализа рынка, маркетинга и продаж. Разработка плана производства и организационного плана. Разработка инвестиционного и финансового плана. Оценка эффективности и рисков. Особенности рисков в сфере креативных индустрий. Описание отраслевых особенностей сферы креативных индустрий: типичные барьеры, анализ развития и инвестиционная привлекательность. Финализация бизнес-плана: раздел Резюме. Приложения к бизнес-плану. Проверка бизнес-плана и реалистичности проекта. Презентация бизнес-плана.

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ И ДЕЛОВОЙ ПРОТОКОЛ

Цель дисциплины: формировании у студентов знаний, умений и навыков, необходимых для профессионального общения в сфере государственного и делового управления.

Задачи дисциплины:

- изучение правил и норм поведения в различных ситуациях, связанных с официальными и деловыми мероприятиями
- освоение принципов организации и проведения встреч на высоком уровне
- формирование навыков ведения переговоров
- изучение истории и традиций дипломатического и делового этикета разных стран.

Краткое содержание включает основные направления курса:

Основы, понятие, содержание, цели, принципы и приоритеты государственного и делового протокола. Протокольно-этические нормы современного делового общения. Формирование норм протокола и корпоративного этикета. Специфические особенности дипломатического протокола.

Механизм и специфические особенности регулирования практики государственного и делового протокола в Российской Федерации. Современная организация протокольной службы РФ. Нормативные документы, регулирующие вопросы государственного протокола в РФ. Система построения государственного протокола в РФ. Специфика работы протокольных служб Администрации Президента, Правительства, МИД России. Особенности государственного и делового протокола в субъектах Российской Федерации, на региональном и местном уровне.

Практика протокольного обеспечения в Российской Федерации официальных визитов на высшем, высоком и рабочем уровне.

Практика российского государственного и делового протокола при планировании, организации и проведении официальных международных и иных мероприятий различного уровня.

Особенности дипломатического протокола и его правовая основа. Венская конвенция о дипломатических сношениях 1961 г. – основа единообразного применения международных стандартов протокола.

Протокольные символы суверенитета государства, принципы международной вежливости как основа современного протокола, протокол и этикет государственной и протокольной символики.

Национальные, этнические, культурные и религиозные особенности государственного и делового протокола.

Деловой протокол и корпоративный этикет. Этикет в деятельности органов государственной власти и управления, в общественных организациях, бизнесе.

Практика государственного и делового протокола.

Протокольный регламент делового общения. Протокольные правила, нормы и формы делового общения. Протокольное обеспечение деловой беседы, переговоров, совещаний, собраний, публичных выступлений, телефонных разговоров.

Протокол организации и проведения официального приема. Виды приемов.

Протокол представлений. Организация официальной процессии. Протокол траурных мероприятий. Протокол культурной и женской программы.

Международный этикет деловых подарков и сувениров

Протокольные требования к работе со средствами массовой информации.

Протокольные требования организации переговорного процесса в т.ч. в рамках международного общения.

Особенности протокола организации и проведения мероприятий с участием иностранных представителей.

Правила поведения по этикету. Кодекс делового общения. Суть и роль имиджа делового человека в деловом общении. Протокольные требования и характеристика компонентов имиджа.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (английский)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли.

Краткое содержание дисциплины:

- Тема 1. Образ жизни среднего класса в США и Великобритании. Национальные стереотипы. Хобби, интересы и предпочтения. Национальная кухня. Профессии и трудовая деятельность
- Тема 2. Отдых и путешествия. Личные воспоминания. Рассказ о прошлом
- Тема 3. Обязанности и правила поведения в общественных местах
- Тема 4. Формальные и неформальные группы прошлого и настоящего. Устройство на работу
- Тема 5. Профессиональная деятельность. Занятость в Великобритании и США. Система государственного устройства Великобритании и США. Новости в СМИ Великобритании и США
- Тема 6. Будущее науки. Развитие технологий. Некоторые аспекты экономической географии США и Великобритании. Жизнь в городе и деревне. СМИ в Великобритании и США (телевидение, радио, пресса, интернет)
- Тема 7. Школа настоящего и прошлого в Великобритании и США. Бизнес и финансы

- Тема 8. Роль английского языка в современном поликультурном мире
- Тема 9. Система государственного устройства современных демократий: Великобритания. Система государственного устройства современных демократий США
- Тема 10. Выдающиеся деятели прошлого и настоящего
- Тема 11. Институты социализации
- Тема 12. Социальные роли
- Тема 13. Образование

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (китайский)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих свободное общение на иностранном (китайском) языке, как в общекультурной, так и в профессиональной деятельности в мультикультурной среде и международной команде.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.
- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.
- Обучить навыкам практического устного и письменного перевода для выполнения своей непосредственной профессиональной деятельности в качестве переводчика.
- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.
- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

1-2 курсы:

- Знакомство
- Речевой этикет
- Учебное заведение
- Семья
- Поездка в транспорте
- Мой друг
- Распорядок дня

- Мои увлечения.
- На дне рождения у друга.
- Наш дом.
- Как я учу китайский язык.
- На приеме в китайском посольстве
- Спорт.
- В аэропорту Пекина.
- На почте.
- Климат Китая.
- Покупки.
- На приеме у врача.
- В гостях у китайцев.
- Транспорт.
- Парк Цзиншань.
- Достопримечательности Пекина.
- В пекинской закусочной.
- В зоопарке Пекина.
- В китайской больнице.
- Притчи и легенды древнего Китая.
- Великие писатели Китая Лу Синь и Лао Шэ.
- Праздники в Китае.
- В Музее китайского изобразительного искусства.

3-4 курсы:

- Знакомство.
- Выбор предметов в институте.
- Привыкание к жизни в Китае.
- Транспортные средства.
- Разговор по телефону.
- Жизнь простых граждан в Китае.
- Экзамен для поступления в школу средней ступени.
- Реформы в Китае.
- Страны мира. Географическое положение, народонаселение.
- Государственное и политическое устройство стран мира.
- Национальные экономики.
- География КНР
- Прогулка в горы.
- Не забудь написать индекс почты
- Что тебе хотелось бы купить?
- Давайте сфотографируемся здесь.

- Спасибо за радушный прием.
- Чем интересна работа стюардесс.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Особенности речевого поведения китайцев
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Социальные проблемы в КНР.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Встречи и проводы. Прием.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Кто помогает маме вести домашние дела
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Экономическая и профессиональная сферы.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Выставка-ярмарка. Установление деловых связей. Запрос цены.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Единственный ребенок в семье у китайцев
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Внешняя и внутренняя политика России.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Обсуждение цены. Предложение цены.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Как дарить подарки китайцам
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Вопросы экономического и научно-технического развития Китая и России.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Формы и условия платежа. Вексель и кредит.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Отличия в пристрастиях при употреблении пищи
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Дипломатия и международное право.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Сделка.
- ОБЩИЙ ЯЗЫК: Отношения в семье молодоженов
- ЯЗЫК ПРОФЕССИИ: Российско-китайские отношения на современном этапе.
- ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Поставка. Упаковка и маркировка.
- Проблемы мировой экономики.
- Пограничный и таможенный контроль.
- Международное торгово-экономическое сотрудничество.
- Погрузка-разгрузка и транспортировка.
- Региональное и межрегиональное сотрудничество.
- Товарные знаки.
- Международные организации и участие в них Китая и России.
- Страхование.
- Актуальные проблемы современности (глобализация, интеграция и др.)
- Агентство.
- Деловая и коммерческая переписка.
- Претензии и рекламации.

- Внешняя политика КНР (политические, экономические, военные аспекты). Внутривнутриполитическая жизнь КНР. Государственные и политические институты. Выборы. Экономические и социальные проблемы. Средства массовой информации.
- Научно-техническое сотрудничество.
- Внешняя политика России (политические, экономические, военные аспекты).
- Покупка лицензии.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (немецкий)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих свободное общение на иностранном (немецком) языке, как в общекультурной, так и в профессиональной деятельности в мультикультурной среде и международной команде.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.
- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.
- Обучить навыкам практического устного и письменного перевода для выполнения своей непосредственной профессиональной деятельности в качестве переводчика.
- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.
- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

1-2 курсы:

- Лексический: Знакомство. Однокурсники. Аудитория. Рабочий стол.
- Грамматический: Порядок слов в предложении. Артикль. Спряжение глаголов. Числа. Отрицания.
- Лексический: Предметы. Принадлежности. Расписание.
- Грамматический: Указательные местоимения. Спряжение сильных глаголов. Винительный падеж. Безличные местоимения.
- Лексический: Распорядок дня. Время. Учеба.
- Грамматический: Возвратные глаголы. Глаголы с отделяемыми и

неотделяемыми приставками. Дательный падеж.

- Лексический: Родственники. Отношения. Профессии.
- Грамматический: Притяжательные местоимения. Склонения существительных. Модальные глаголы.
- Лексический: Квартира. Мебель. Условия. Общежитие
- Грамматический: Предлоги дательного и винительного падежей. Степени сравнения прилагательных. Модальные глаголы.
- Лексический: Договоренность. Назначение встречи. Визит.
- Грамматический: Перфект. Множественное число существительных
- Лексический: Описание квартиры. Расположение предметов в пространстве.
- Грамматический: Указательные местоимения. Предлоги.
- Лексический: Описание симптомов болезни. Советы врача.
- Грамматический: Притяжательный артикль. Повелительное наклонение. Прошедшее время Перфект.
- Лексический: Рассказы о событиях и деятельности в рабочие дни.
- Грамматический: Прошедшее время Перфект. Личные местоимения в винительном падеже.
- Лексический: Покупки. Цены. Отделы. Скидки
- Грамматический: Артикль. Употребление артикля
- Лексический: Библиотека. Отделы. Жанры. Выбор любимой книги. Описание. Писатели. Герои.
- Грамматический: Инфинитивные обороты. Предлоги родительного падежа.
- Лексический: Продукты. Завтрак. Обед. Ужин. Приглашение в гости. Ресторан. Заказ
- Грамматический: Придаточные предложения
- Лексический: Исторические факты. Средневековье. Реформация. 19-начало 20 века. Веймарская республика. 20-30 годы.
- Грамматический: Präteritum.
- Лексический: Достопримечательности. Как пройти.
- Грамматический: Futurum. Придаточные предложения
- Лексический: Выборы. Партийная система. Обязанности.
- Грамматический: Präteritum, Perfekt, Futurum.
- Лексические: Бронирование. Категория номеров. Описание отеля, номера
- Грамматические: Словообразование
- Лексические: Покупка билетов. Заказ номера. Покупка тура. Аренда квартиры, автомобиля.

- Грамматические: Определенные причастные определения
- Лексический: Места отдыха. Транспортные средства. Заказ отелей, туров
- Грамматический: Порядок слов в предложении. Придаточные предложения.
- Лексические: Учеба. Свободное время. Развлечения. Интересы.
- Грамматические: Множественное число. Указательные местоимения. Инфинитивные группы haben, sein + zu Infinitiv
- Лексические: Цвета. Стили. Ателье. Химчистка.
- Грамматические: Прилагательные. Склонение прилагательных. Степени сравнения. Субстантивация
- Лексические: География. Климат. Административное деление. Транспортное сообщение.
- Грамматические: Имена собственные. Пассив
- Лексические: Части тела. Качества характера.
- Грамматические: Конъюнктив
- Лексические: Болезни. Посещение врача
- Грамматические: Конъюнктив
- Лексические: Вторая мировая война. Герои. Борьба за мир.
- Грамматические: Конъюнктив. Родительный падеж
- Лексический: Писатели. Поэты. Литературные жанры.
- Грамматические: Причастие

3-4 курсы:

- Лексические: Средства передвижения. Преимущества. Недостатки. Предпочтения.
- Грамматические: Употребление lassen
- Лексические: Рост. Вес. Цвет
- Грамматический: Причастие 2. Употребление.
- Лексический: Черты характера. Темперамент.
- Грамматический: Словообразование
- Лексические: Хобби.
- Грамматические: Полусуффиксы прилагательных
- Лексические: Тенденции. Современная одежда. Дрескод.
- Грамматические: Модальные глаголы
- Лексические: Спорт. Питание. Режим дня.
- Грамматические: Распространенный причастный оборот
- Лексические: Природа. Животные.
- Грамматические: Инфинитивные обороты с модальными глаголами

- Лексические: Изменение климата. Загрязнение природы.
- Грамматические: Модальные частицы
- Лексические: География. Климат. Флора и фауна.
- Лексические: Экономика. Партийная система
- Лексические: Система образования. Литература. Искусство.
- Лексические: Современные профессии. Получение профессии.
- Лексические: Штатное расписание. Рабочий день. Офис. Отпуск.
- Лексические: Резюме. Собеседование. Испытательный срок.
- Лексические: Газеты. Журналы. Радио. Телевидение. Интернет
- Лексические: Международные мероприятия. Уход за престарелыми и больными
- Лексические: Увлечения. Интересы. Свободное время.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (французский)

Цель дисциплины: Цель обучения французскому языку является комплексной и включает в себя формирование коммуникативных навыков: говорения (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения (аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма (продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Данные навыки формируются на уровне, достаточном для успешного решения коммуникационных задач как в бытовой сфере, так и в профессиональной.

Параллельно с коммуникативной реализуются образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения французскому языку. Образовательная и воспитательная цели достигаются отбором учебного материала и соответствующей подготовкой, чтобы способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, глубокого понимания вопросов международной коммуникации.

Задачи дисциплины (первый год изучения):

- умение представиться, рассказать о себе, о своей семье, выразить простое оценочное суждение;
- умение задать простые вопросы личного характера и ответить на аналогичные вопросы;
- овладение правилами речевого этикета в ситуациях знакомства, просьбы, совета, поздравления, запроса необходимой информации в условиях бытового общения (на улице, в магазине, в ресторане, на вокзале, в гостинице и т.д.);
- изучение всех правил чтения во французском языке;

- умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в медленном темпе на базе знакомых слов и конструкций, и извлечь из звучащего потока требуемую информацию;
- умение написать простые тексты бытового содержания (открытка, записка, электронное сообщение), используя знакомые слова и конструкции в рамках изученной тематики;
- получить общее представление о звуковой системе французского языка, ее особенностях по сравнению со звуковой системой русского языка, умение артикулировать французские звуки;
- получить общее представление о грамматическом строе французского языке, фиксированном порядке слов в предложении, способах выражения подлежащего, сказуемого и второстепенных членов предложения, основных способах выражения синтаксических отношений в предложении;
- овладеть активным словарем в объеме около 800 слов и устойчивых сочетаний, относящихся к сфере бытового общения.

Краткое содержание дисциплины:

Лексические темы:

Знакомство; профессии; друзья; путешествия и экскурсии; учеба; изучение иностранных языков; распорядок дня; выходной день, досуг, семья, распределение обязанностей в семье, французский язык в мире, распорядок дня, выбор профессии.

Грамматика:

Порядок слов.

Система личных, приглагольных, притяжательных местоимений.

Спряжение глаголов I и II группы, основных глаголов III группы.

Артикль.

Основные предлоги.

Знаменательные части речи: существительное, прилагательное, глагол, наречие – их грамматические категории, основные семантические группы, место в предложении, основные синтаксические функции.

Притяжательные местоимения.

Инфинитив глагола.

Безличные глаголы и безличный оборот *il y a*.

Местоименные глаголы.

Вопросительные слова и обороты.

Обозначение дат, названий месяцев и дней недели.

Ближайшее будущее время *Futur immédiat*.

Ближайшее прошедшее время *Passé immédiat*.

Способы построения вопросов.

Повелительное наклонение глаголов.

Условное наклонение глаголов *pouvoir, vouloir, aimer*.

Passé composé.

Количественные и порядковые числительные.

Степени сравнения наречий.

Место наречий при глаголе в *passé composé*.

Согласование причастий прошедшего времени глаголов, спрягающихся с *avoir*.

Герундий (*gérondif*).

Прошедшее несовершенное время. *Imparfait*.

Употребление прошедших времен *Imparfait / Passé composé*.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (испанский)

Цель дисциплины: формирование иноязычной коммуникативной компетенции для использования испанского языка в профессиональной деятельности на международной арене, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.
- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.
- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.
- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

1-2 курсы:

- Мой университет
- Урок иностранного языка
- Мой рабочий день
- Моя семья
- Мой дом
- Телефонный разговор
- Праздник

- Зимние каникулы
- Организация свободного времени
- Посещение магазинов
- Книги и книжные магазины
- Приятного аппетита
- История Мадрида
- Прогулки по Мадриду
- Король Испании
- Путешествия и отели
- Повседневные ситуации
- Летние каникулы
- Образ жизни современной молодежи
- Одежда. Услуги
- Город. Страна
- Человек
- Здоровье
- Борьба за мир. Движение сопротивления
- Литература и искусство в жизни человека

3-4 курсы:

- Транспортные средства
- Внешность
- Характер
- Интересы, склонности
- Мода
- Здоровый образ жизни
- Окружающий мир
- Защита окружающей среды
- Страноведение Испании
- Страноведение Испании
- Политические и социально-экономические проблемы Испании
- Актуальные политические и социально-экономические проблемы Мексики и Аргентины
- Международные отношения и экономические связи испаноговорящих стран с Россией
- Проблемы международных отношений, международные конфликты, терроризм, проблемы эмиграции, демографические проблемы
- Международные организации, военные союзы
- Важные конференции, совещания, съезды

- Актуальные политические события в мире

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (АНГЛИЙСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли.

Содержание дисциплины

- Тема 1. Образ жизни среднего класса в США и Великобритании. Национальные стереотипы. Хобби, интересы и предпочтения. Национальная кухня. Профессии и трудовая деятельность.
- Тема 2. Отдых и путешествия. Личные воспоминания. Рассказ о прошлом.
- Обязанности и правила поведения в общественных местах.

- Тема 3. Формальные и неформальные группы прошлого и настоящего. Устройство на работу.
- Тема 4. Профессиональная деятельность. Занятость в Великобритании и США. Система государственного устройства Великобритании и США. Новости в СМИ Великобритании и США.
- Тема 5. Будущее науки. Развитие технологий. Некоторые аспекты экономической географии США и Великобритании. Жизнь в городе и деревне. СМИ в Великобритании и США (телевидение, радио, пресса, интернет).
- Тема 6. Школа настоящего и прошлого в Великобритании и США. Бизнес и финансы.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (НЕМЕЦКИЙ)

Цель дисциплины: включает коммуникативную (практическую), образовательную и воспитательную составляющие, а также развитие целого ряда компетенций, необходимых студенту в его дальнейшей профессиональной деятельности с использованием знаний, умений и навыков иностранного языка (немецкого):

- - способность применять второй иностранный язык (немецкий) для анализа современных социальных и международных ситуаций; умение пользоваться справочной литературой на немецком языке в процессе поиска необходимой информации на немецком языке, умение оперировать этой информацией; способность аннотировать и реферировать письменные (печатные) и устные (аудио-) профессиональные тексты на немецком языке в
- рамках общественно-политической, общественно-экономической, международно-правовой и других сфер профессиональной деятельности; способность создавать тексты информационного и аналитического характера на немецком языке;
- -способность использовать немецкий язык в самообразовании и развитии;
- -способность использовать немецкий язык в профессиональной сфере;
- -способность привлечь фоновые лингвострановедческие знания для решения профессиональных задач в коммуникативном процессе на немецком языке;
- -способность к осуществлению контактов на немецком языке с представителями иных профессиональных сфер;

- -владение всеми видами речевой деятельности: чтением, говорением, аудированием, письмом, переводом;
- -владение культурой устного и письменного межкультурного общения;
- -овладение компенсаторными и рефлексивными умениями;
- -владение стилями немецкого языка; способность использовать немецкий язык для подготовки документов международного характера;
- -владение культурно-историческими реалиями стран изучаемого языка;
- -способность публично выступать в рамках профессионального общения с учетом норм речевого этикета, владение основами лингвистической, социолингвистической и прагматической компетенций;
- -формирование у студентов гуманистического мировоззрения, чувства ответственности перед своей страной и народом, расширение общего и профессионального кругозора, глубокое понимание вопросов внутренней и внешней политики России и вопросов международных отношений, уважительное отношение к духовным ценностям, истории, культуре России и других стран, развитие толерантности;
- Данные цели достигаются направленностью Программы на обучение различным видам коммуникативных компетенций в рамках тем и сфер общения, предусмотренных программами по годам обучения.

Задачи изучения дисциплины:

- - изучение основных категорий и понятий.
- -формирование и развитие навыков толкования и применения норм права.
- -развитие способностей самостоятельного анализа актов международного менеджмента, регламентирующих профессиональную сферу деятельности.
- -формирование навыков составления заявлений, рефератов, текстов, иных значимых документов на иностранном языке (немецком).
- - знание и умение ведения межкультурной коммуникации в письменной и устной форме на иностранном языке.

Краткое содержание дисциплины:

Мой университет. Урок иностранного языка. Мой рабочий день. Моя семья. Мой дом. Телефонный разговор. Праздник. Зимние каникулы. Организация свободного времени. Посещение магазинов. Книги и книжные магазины. Приятного аппетита. История Берлина. Прогулки по Берлину. Государственное устройство ФРГ. Путешествия и отели. Повседневные ситуации. Летние каникулы. Образ жизни современной молодежи. Одежда. Услуги. Город. Страна. Человек. Здоровье. Борьба за мир. Движение сопротивления. Литература и искусство в жизни человека. Виды транспорта.

Внешность. Характер. Интересы, склонности. Мода. Здоровый образ жизни. Окружающий мир. Защита окружающей среды.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (ФРАНЦУЗСКИЙ)

Цель дисциплины: Цель обучения французскому языку в качестве второго иностранного языка является комплексной и включает в себя формирование коммуникативных навыков: говорения (в монологической и диалогической формах), аудирования, чтения (аналитическое, ознакомительное, просмотровое и поисковое), письма (продуцирования текстов различной жанровой принадлежности) и перевода. Таким образом, обучение французскому языку в Одинцовском филиале МГИМО МИД России является комплексным.

Параллельно с коммуникативной реализуются образовательная и воспитательная цели в течение всего курса обучения французскому языку. Образовательная и воспитательная цели достигаются отбором учебного материала и соответствующей подготовкой, чтобы способствовать формированию у студентов гуманистического мировоззрения, глубокого понимания вопросов международной коммуникации.

Задачи дисциплины:

- умение представиться, рассказать о себе, о своей семье, выразить простое оценочное суждение;
- умение задать простые вопросы личного характера и ответить на аналогичные вопросы;
- овладение правилами речевого этикета в ситуациях знакомства, просьбы, совета, поздравления, запроса необходимой информации в условиях бытового общения (на улице, в магазине, в ресторане, на вокзале, в гостинице и т.д.);
- изучение всех правил чтения во французском языке;
- умение воспринимать на слух звучащую речь, предъявляемую в медленном темпе на базе знакомых слов и конструкций, и извлечь из звучащего потока требуемую информацию;
- умение написать простые тексты бытового содержания (открытка, записка, электронное сообщение), используя знакомые слова и конструкции в рамках изученной тематики;
- получить общее представление о звуковой системе французского языка, ее особенностях по сравнению со звуковой системой русского языка, умение артикулировать французские звуки;

- получить общее представление о грамматическом строе французского языке, фиксированном порядке слов в предложении, способах выражения подлежащего, сказуемого и второстепенных членов предложения, основных способах выражения синтаксических отношений в предложении;
- овладеть активным словарем в объеме около 800 слов и устойчивых сочетаний, относящихся к сфере бытового общения.

Содержание дисциплины включает основные тематические разделы:

Лексические темы:

Знакомство; профессии; друзья; путешествия и экскурсии; учеба; изучение иностранных языков; распорядок дня; выходной день, досуг.

Порядок слов.

Система личных, приглагольных, притяжательных местоимений.

Спряжение глаголов I и II группы, основных глаголов III группы.

Артикль.

Основные предлоги.

Знаменательные части речи: существительное, прилагательное, глагол, наречие – их грамматические категории, основные семантические группы, место в предложении, основные синтаксические функции.

Притяжательные местоимения.

Инфинитив глагола.

Безличные глаголы и безличный оборот *il y a*.

Местоименные глаголы.

Вопросительные слова и обороты.

Обозначение дат, названий месяцев и дней недели.

Ближайшее будущее время *Futur immédiat*.

Ближайшее прошедшее время *Passé immédiat*.

Способы построения вопросов.

Повелительное наклонение глаголов.

Условное наклонение глаголов *pouvoir, vouloir, aimer*.

Passé composé.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ) (ИСПАНСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование иноязычной коммуникативной компетенции для использования испанского языка в профессиональной деятельности на международной арене, в познавательной деятельности и для межличностного общения.

Задачи дисциплины:

- Обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении.
- Сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке.
- Дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним.
- Воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

Фонетика

Род, число существительных и прилагательных, артикли, личные, притяжательные и указательные местоимения, числительные.

Спряжение правильных глаголов

Знакомство

Учеба

Время, часы, дни недели, календарь

Дом, квартира, офис

Распорядок дня

Мои увлечения. Каникулы и праздники

Город, транспорт, поездки, погода.

Питание, покупки.

Проблемы окружающей среды

Европа: настоящее и будущее.

Мир в эпоху глобализации.

Мир, который нас окружает.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (АНГЛИЙСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере профессиональной коммуникации.

Задачи дисциплины:

- обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении;
сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке;
- дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним;
- воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.
- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Бизнес и карьера

Тема 2. Информационные технологии в бизнесе

Тема 3. Управление качеством

Тема 4. Управление проектами

Тема 5. Маркетинг в социальных сетях

Тема 6. Новый бизнес

Тема 7. Финансы и бухгалтерский учет

Тема 8. Стратегический менеджмент

Тема 9. Международная торговля

Тема 10. Инновации

Тема 11. Цифровая экономика

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (КИТАЙСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (китайском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Выбор предметов в институте

Тема 2. Привыкание к жизни в Китае.

Тема 3. Разговор по телефону

Тема 4. Жизнь простых граждан в Китае

Тема 5. Реформы в Китае

- Тема 6. Страны мира. Географическое положение, народонаселение
- Тема 7. Государственное и политическое устройство стран мира
- Тема 8. Национальные экономики
- Тема 9. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Прогулка в горы.
- Тема 10. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Не забудь написать индекс почты.
- Тема 11. ПЕРЕВОД ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ
- Тема 12. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Что тебе хотелось бы купить?
- Тема 13. ПЕРЕВОД ПУБЛИЦИСТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ
- Тема 14. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Давайте сфотографируемся здесь
- Тема 15. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Спасибо за радушный прием
- Тема 16. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Чем интересна работа стюардесс
- Тема 17. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Особенности речевого поведения китайцев
- Тема 18. ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Встречи и проводы. Прием
- Тема 19. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Кто помогает маме вести домашние дела
- Тема 20. ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Выставка-ярмарка. Установление деловых связей. Запрос цены
- Тема 21. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Единственный ребенок в семье у китайцев
- Тема 22. ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Обсуждение цены. Предложение цены
- Тема 23. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Как дарить подарки китайцам
- Тема 24. ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Формы и условия платежа. Вексель и кредит
- Тема 25. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Отличия в пристрастиях при употреблении пищи
- Тема 26. ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Сделка
- Тема 27. ОБЩИЙ ЯЗЫК: Отношения в семье молодоженов
- Тема 28. ДЕЛОВАЯ ПРАКТИКА: Поставка. Упаковка и маркировка
- Тема 29. Проблемы мировой экономики.
- Тема 30. Международные организации и участие в них Китая и России.
- Тема 31. Актуальные проблемы современности (глобализация, интеграция и др.)
- Тема 32. Внешняя политика КНР (политические, экономические, военные аспекты). Внутриполитическая жизнь КНР.

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (НЕМЕЦКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к профессиональной коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (немецком) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически в профессиональной сфере. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера в профессиональной сфере. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса в профессиональной сфере.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли в профессиональной сфере.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Германия: от реформации до середины 19 века

Тема 2. Германия в первой половине 20 века

Тема 3. ГДР и ФРГ. Путь к объединению

Тема 4. Географически-демографический обзор

Тема 5. Государственное устройство и политические институты

Тема 6. Социальная политика

Тема 7. Семейная политика

Тема 8. Образовательная политика

Тема 9. Молодежная политика

Тема 10. Политика в отношении окружающей среды

Тема 11. Германия в Евросоюзе

Тема 12. Немецкая экономика

Тема 13. Российская экономика

Тема 14. Введение в экономику

Тема 15. Жизнь и работа в 21 веке

Тема 16. Потребности и виды товаров

- Тема 17. Рынок, цены, деньги
Тема 18. Рыночная экономика
Тема 19. Социальная экономика
Тема 20. Приватизация в Германии и России
Тема 21. Цифровая экономика

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (ФРАНЦУЗСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (французском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста в профессиональной сфере.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания в профессиональной сфере.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса в профессиональной сфере.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли в профессиональной сфере.

Краткое содержание дисциплины:

- Франция: от эпохи Ренессанса до Французской Революции
- Франция и мировые войны 20 века
- Франция: 5 республика
- Географически-демографический обзор
- Государственное устройство и политические институты
- Социальная политика
- Семейная политика
- Образовательная политика
- Молодежная политика
- Политика в отношении окружающей среды
- Франция в Евросоюзе
- Французская экономика
- Российская экономика
- Введение в экономику
- Жизнь и работа в 21 веке
- Потребности и виды товаров
- Рынок, цены, деньги
- Рыночная экономика
- Социальная экономика
- Приватизация во Франции и России
- Цифровая экономика

ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ (ИСПАНСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (испанском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста в профессиональной сфере.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные

учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания в профессиональной сфере.

- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса в профессиональной сфере.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли в профессиональной сфере.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Гастрономия как часть культурного наследия. Экономический перевод.

Тема 2. Коммерческая переписка. Мультимедиа

Тема 3. Modo subjuntivo. Oraciones subordinadas

Тема 4. Городской и междугородний транспорт. Экономический перевод.

Тема 5. Futuro de probabilidad

Тема 6. Спорт как бизнес. Экономический перевод

Тема 7. Коммерческая переписка. Мультимедиа.

Тема 8. Periodo condicional

Тема 9. Repaso

Тема 10. Природа и окружающая среда. Экономический перевод.

Тема 11. Construcciones con infinitivo. Referencia temporal. Мультимедиа.

Тема 12. Учёба и формирование характера. Экономический перевод.

Тема 13. Реферирование текстов.

Тема 14. Бизнес. Экономика.

Тема 15. Природа и окружающая среда. Экономический перевод.

Тема 16. Досуг. Развлечения. Экономический перевод. Мультимедиа. Реферирование статей.

Тема 17. Транспортные средства. Встреча делегации. Понятие права. Экономический перевод. Мультимедиа. Реферирование статей.

Тема 18. Программа форума. Виды правовых источников. Экономический перевод. Мультимедиа.

Тема 19. Транспортные средства. Визит на предприятие. Экономический перевод.

Тема 20. Понятие объективного и субъективного права. Мультимедиа. Реферирование статей.

Тема 21. Медицина. Переговоры. Понятия публичного и частного права в Испании. Реферирование статей. Экономический перевод.

Тема 22. Роль президента, парламента и премьер-министра. Мультимедиа.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

ОСНОВЫ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексного понимания ключевых аспектов международного бизнеса, изучение особенностей ведения бизнеса на международном уровне, а также формирование практических навыков принятия обоснованных управленческих решений в условиях глобализации мировой экономики.

Задачи дисциплины:

- Изучить теоретические основы международного бизнеса, его специфику и тенденции развития.
- Рассмотреть основные формы и методы ведения международного бизнеса.
- Проанализировать международную маркетинговую среду и особенности принятия маркетинговых решений в международном бизнесе.
- Изучить основные аспекты международного финансового менеджмента и налогообложения.
- Познакомиться с основами международного корпоративного управления и управления рисками.
- Изучить особенности международного инвестиционного анализа и методов оценки проектов.
- Сформировать практические навыки анализа международной бизнес-среды и оценки инвестиционных проектов.

Краткое содержание дисциплины:

Сущность международного бизнеса и его роль в современной мировой экономике. Условия и предпосылки международной предпринимательской деятельности.

Направления влияния глобализации на международный бизнес. Признаки и особенности организации международной предпринимательской деятельности. Участие российских компаний в международном бизнесе.

Соотношение национального и международного в бизнесе. Субъекты и объекты международной предпринимательской деятельности. Международный бизнес в условиях глобализации. Интернационализация, регионализация, международная экономическая интеграция как ведущие

тенденции в развитии международного бизнеса. Особенности международной деятельности фирмы. Формы международного бизнеса. Факторы, учитываемые при выборе форм международного бизнеса.

Правовая среда, различия в правовых системах. Особенности ведения бизнеса в условиях обычного, гражданского и теократического права. Законы, ориентированные на внутренний рынок. Законы, непосредственно регулирующие международные деловые операции. Законы, направленные против иностранных компаний.

Влияние форм правления на ведение международной бизнес-деятельности. Учет политических рисков.

Основные черты Экономики 4.0. Технологические изменения и прорывные технологии. Влияние на состав, направления деятельности и отраслевую структуру международных компаний. Информация как фактор производства. Глобальная цифровизация и монетизация информации. Революция виртуальных платформ. Человеческая глобализация. Новые формы экономики: экономика совместного потребления. Нестабильность экономической и политической среды. Феномен-VUCA; «черные лебеди» и «джокеры». Новая глобализация.

Классификация предприятий по собственности и организационно-правовой форме. Индивидуальные предприятия, товарищества (партнерства), акционерные общества, их возможности в среде международного бизнеса.

Эволюция акционерных обществ. Возникновение и развитие транснациональных корпораций (ТНК).

Роль ТНК по основным показателям (капитализация, оборот, прибыль, занятость, индекс транснационализации), рейтинги ТНК.

Исторические и современные формы ТНК, пути их развития.

Философия, миссия и видение. Цели и задачи международных компаний. Ресурсы и компетенции. Лидерство и корпоративная культура. Организации и структуры. Процессы и процедуры. Менеджмент международных компаний. Основные функции менеджмента. Факторы формирования гибких форм управления (Agile и другие). Маркетинг как интегрирующая функция менеджмента международных компаний. Управление производством, цепочками поставок и логистикой. Управление финансами. Управление информацией. Управление талантами в международных компаниях. Проблемы безопасности и соответствия (compliance).

Международный бизнес как управляемый процесс. Отличительные признаки управления международной бизнес-деятельностью. Национальная специфика и международные особенности управления международным предпринимательством.

Корпоративный менеджмент и его инструменты. Государственные органы в системе механизма управления международным предпринимательством.

Международные услуги в области управления бизнесом. Виды межгосударственного регулирования международным бизнесом. Направления совершенствования механизма управления международным предпринимательством.

Практика управления международным бизнесом ведущих стран и международных организаций.

Деловая среда современного мира: общее и особенное. Факторы и оценка инвестиционной привлекательности различных стран. Роль деловой культуры. Модели управления компаниями изучаемых стран: Восток против Запада или конвергенция. Анализ кейсов ведущих компаний изучаемых стран. Анализ кейсов ведущих компаний изучаемых стран.

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В МАРКЕТИНГЕ И БИЗНЕСЕ

Цель дисциплины: дать студентам знания, умения и навыки, необходимые для эффективного использования цифровых технологий в маркетинге и ведении бизнеса.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий и принципов цифрового маркетинга и бизнеса.
- Освоение инструментов и методов сбора и анализа данных в цифровом маркетинге.
- Изучение особенностей создания и оптимизации сайтов и мобильных приложений для бизнеса.
- Освоение методов работы с социальными сетями и другими платформами для продвижения товаров и услуг.
- Изучение основ аналитики и оценки эффективности цифровых маркетинговых кампаний.
- Получение навыков разработки и реализации стратегий цифрового маркетинга.
- Изучение возможностей использования искусственного интеллекта, больших данных и других современных технологий для оптимизации бизнес-процессов.

Краткое содержание дисциплины:

Что такое цифровые технологии? Цель, задачи и функции цифровых технологий. Направление цифровых технологий и их применение. Цифровая трансформация бизнеса. Облачные технологии. Преимущества цифровой трансформации бизнеса. Проблемы внедрения цифровых технологий в бизнесе.

Понятие «кибербезопасность», цель задачи и функции. Роль кибербезопасности в бизнесе. Вопросы защиты персональных данных.

Что такое big data? Задачи и функции больших данных. Принципы работы больших данных. Особенности применения и роль в современном бизнесе. Преимущества применения больших данных в бизнесе. Обзор инструментов big data.

Инструменты автоматизации маркетинга. Сегментирование. Прогнозирование. Лид-скоринг. Типы программного обеспечения для автоматизации маркетинга. ПО для автоматизации маркетинга.

Автоматизация процессов цифрового маркетинга (роботизация, искусственный интеллект, технологии AR и VR). Обзор инструментов. Навыки успешного маркетолога. Внедрение и доработка CRM систем. Сквозная аналитика — введение в концепцию. Основы веб аналитики.

Новые СМИ. Мобильные устройства. Интернет вещей. Игры. Устройства wearables. Есть ли будущее у креативности? Перспективы применения искусственного интеллекта. Основные проблемы развития технологий.

ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ МАРКЕТИНГА

Цель дисциплины: формирование у студентов профессиональных знаний и навыков в области маркетинга и управления маркетингом в организации, в проектной и в предпринимательской деятельности.

Задачи дисциплины:

- ознакомить с современными теоретическими представлениями о сущности и концепциях маркетинга и практиками их применения
- сформировать представление о маркетинге как концепции управления и целостной системе организации предпринимательской деятельности
- ознакомить со спектром традиционных и современных методов сбора маркетинговой и бизнес информации
- сформировать основные навыки анализа маркетинговой информации и понимания процесса принятия управленческих решений на основе такой информации
- ознакомить со спектром современных технологий подготовки, планирования и применения комплексных методик в сфере организации маркетинговых кампаний
- сформировать навыки составления технического задания для проведения исследования, базовые навыки проведения самостоятельного исследования для различных отраслей экономики с учетом их специфики

Краткое содержание дисциплины:

Маркетинг: определение, цели, задачи, функции и основные принципы. Основные источники. Комплекс маркетинга (маркетинг-микс, концепция 4P-5C-7C). Маркетинг в цифровой среде и его основные особенности. Обзор

основных современных задач и проблем в маркетинге: социальная ответственность и этические проблемы в маркетинге, принципы регулирования отношений между потребителем и производителем.

Определение, сущность и структура маркетингового исследования. Количественные и качественные маркетинговые исследования. Этапы проведения маркетинговых исследований. Типичные форматы представления маркетинговой информации клиенту. Методика STEP (PEST) – анализа с использованием четырехпольной матрицы. PESTLE. Основные практические аспекты использования результатов исследования: анализ информации и принятие решений на основе данных. Стоимость проведения исследований.

Основы изучения и анализ поведения потребителей. Особенности поведения потребителей в цифровой среде.

Управление товаром в системе маркетинговой деятельности. Политика ценообразования и сбытовая политика в системе маркетинговой деятельности. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Стратегический маркетинг на предприятии.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ БИЗНЕС И МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексных знаний и навыков в области ведения международного бизнеса и разработки эффективных маркетинговых стратегий для выхода на зарубежные рынки.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление с теоретическими основами и практическими аспектами международного маркетинга.
- Изучение специфики работы на зарубежных рынках, культурных особенностей и законодательства разных стран.
- Получение знаний о методах анализа и оценки зарубежного рынка, а также о технологиях проникновения на него.
- Развитие навыков разработки международных маркетинговых стратегий и планов.
- Формирование компетенций в области управления международными маркетинговыми кампаниями, оценки их эффективности и внесения корректировок.
- Изучение современных инструментов и технологий международного маркетинга, включая цифровой и контент-маркетинг, социальные медиа, прямой маркетинг и др.
- Приобретение навыков работы в условиях глобализации и интеграции мировых рынков, а также в условиях конкуренции с транснациональными компаниями.

- Формирование понимания социальной ответственности и этических аспектов международного маркетинга.

Краткое содержание дисциплины:

Кросс-культурное позиционирование брендов и миграция в позиционировании на разных рынках. Влияние Интернета. Вопрос выгоды построения международных брендов. Важность создания и построения международного бренда. Обеспечение предприятиями брендинга. Разработка стратегии международного брендинга. Этапы продвижения международного бренда. Международная защита бренда.

Что такое консалтинг и зачем он нужен в международном бизнесе? Задачи консалтингового агентства. Виды и формы консалтинга. Роль консалтинговых услуг в сфере бизнеса и маркетинга. Популярные консалтинговые компании РФ и СНГ.

Международные рекламные организации: виды, роль в процессе становления российского рекламного рынка. Международные сетевые рекламные агентства. Рекламно-коммуникационные холдинги. Независимые рекламные агентства и их конфедерации. Специализированные рекламные структуры. Международная реклама в России.

Маркетинговая локализация. Адаптация бренда под иностранный рынок. Переориентация. Этапы локализации бренда, маркетинговая стратегия. Партнерство SWC.

Развитие этики маркетинга в международном бизнесе. Основные этические аспекты маркетинговой деятельности.

Кросс-культурные особенности в международном маркетинге. Стандарты этического поведения в разных странах. Этический кодекс предпринимателя.

Проблемы культурных особенностей в международном маркетинге.

Основы продвижения мировых брендов на международном рынке. Обеспечение эффективности рыночного продвижения мирового бренда. Рекламное продвижение кампаний. Основные виды рекламных стратегий, которые используют для продвижения мировых брендов на международных рынках. Специфика рекламы мировых брендов в разных странах. Сложности организации международной рекламы.

Организационно-правовые аспекты выхода на внешние рынки компаний в зависимости от объемов инвестирования, их классификация. Инструменты регулирования иностранных инвестиций в Российской Федерации. Необходимые источники информации о внешних рынках для компаний экспортеров, для компаний производителей, для компаний посредников, для компаний импортеров. Роль инноваций и организационные формы их распространения на внешние рынки.

Общая характеристика стратегии интегрированного роста. Базисная стратегия. Эталонная стратегия. Стратегия интеграции «вперед». Стратегия интеграции «назад». Стратегия горизонтальной интеграции. Стратегия обратной вертикальной интеграции. Международные маркетинговые

стратегии для креативной индустрии. Сущность и особенности. Специфика маркетинга в сфере креативных индустрий.

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ

Цель дисциплины: является формирование у студентов комплексного понимания закономерностей и принципов поведения людей в организациях, а также развитие навыков анализа и управления поведением сотрудников для повышения эффективности деятельности организации в целом.

Задачи дисциплины:

- знакомство студентов с основными тенденциями развития современных организаций;
- формирование представлений об индивиде и группе как основных субъектах организационного поведения;
- развитие систематических знаний об основных концепциях, связанных с формированием поведения как человека, групп, так и организаций в целом;
- изучение областей, относящихся к важнейшим видам поведения в организационном контексте (коммуникация, профессиональный стресс, принятие решений, внедрение инноваций, профессиональная карьера и др.);
- формирование мотивационной установки на формирование высокого уровня управленческой культуры.

Краткое содержание дисциплины:

Организационное поведение: предмет, задачи, особенности современного подхода

Личность и организация

Мотивация и результативность

Групповое поведение в организации

Коммуникативное поведение в организации

Лидерство в организации

Управление изменениями

ПРОЕКТНЫЙ ПРАКТИКУМ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: приобретение студентами практических навыков и компетенций для создания и управления проектами в креативных индустриях, а также формирование системного подхода к разработке и реализации проектов с учетом специфики данной отрасли.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление с основными подходами, методами и инструментами управления проектами в сфере креативных индустрий.

- Изучение специфики и особенностей проектов в креативных индустриях, таких как искусство и культура, мода, дизайн, медиа и коммуникации, технологии и образование.
- Приобретение навыков планирования, организации и контроля проектной деятельности, а также управления ресурсами и коммуникациями в проекте.
- Развитие навыков работы с различными типами проектов, такими как творческие, инновационные, образовательные и т.д.
- Формирование компетенций в области анализа и оценки рисков, а также принятия решений в условиях неопределенности.
- Получение опыта работы в команде и развитие навыков лидерства и координации деятельности участников проекта.
- Обучение методам и инструментам оценки эффективности и результативности проектов в сфере креативных индустрий, а также навыкам презентации и защиты проектов перед заказчиками и инвесторами.

Краткое содержание дисциплины:

Обзор рыночной ситуации. Конкурентная среда креативных индустрий. Способы позиционирования конкурентов. Рекламный бюджет и его исполнение. Целевая аудитория, потенциальные и реальные покупатели. Анализ отношения потребителей к бренду: осведомленность о бренде, отношение к бренду, продажи, данные для постановки целей рекламной кампании. Статистика продаж и мониторинг рекламной активности конкурентов в сфере креативных индустрий. Специальные исследования и регулярно проводимые мониторинги рекламной активности и образцы рекламной продукции в сфере креативных индустрий.

Понятие рекламной кампании, ее составляющие. Цели и задачи рекламной кампании. Стратегия рекламной кампании в сфере креативных индустрий. Этапы рекламной кампании. Значение и место маркетинговых исследований в разработке рекламных мероприятий. Процесс создания рекламного сообщения в рамках мероприятий рекламной кампании. Разработка и применение рекламной стратегии в сфере креативных индустрий. Средства распространения рекламы и их характеристики. Основные и вспомогательные рекламоносители в рекламной кампании. Планирование рекламной кампании в сфере креативных индустрий. Выбор цели рекламной кампании. Факторы, влияющие на сбыт. Разработка медиастратегии в сфере креативных индустрий.

Целевая группа. Детализация цели. Минимальная проработка целевой аудитории с включением общих особенностей ЦА и целевой группы. Типы субъектов ЦА. Проработка целевой аудитории на выявление групп, отвечающих целям кампании в сфере креативных индустрий. Решение об оптимальной адресации рекламы. Определение целевой аудитории конечных

потребителей в сфере креативных индустрий. Исследование: масштабность, репрезентативность выборки, знание основных характеристик групп.

Маркетинговая разработка, выбор средств и носителей для рекламной кампании на основании данных, полученных от целевой аудитории в сфере креативных индустрий. Использование вторичных источников (отчетов средств массовой информации, данных рекламных агентств). Основные факторы: объем охвата целевой аудитории; эффективность охвата. Выяснение круга информации целевой аудитории.

Бюджет рекламы. Планирование рекламного бюджета от достигнутого. Планирование от сбыта. Планирование на основе оценки рекламного бюджета конкурентов. Выбор на основе минимизации затрат. Выбор инструментов по критериям: эффективность, применимость, креативность, цена использования, опыт. Включение инструментов в программы продвижения: принципы и условия.

Элементы обращения для рекламной кампании в сфере креативных индустрий: идея, обращение, оригинал-макет, ролики и т.д. Проведение кампании в едином ключе. Обеспечение профессионализма и координации в сфере креативных индустрий. Разработка идеи кампании и рекламных обращений. Цели рекламы, средства, объемы обращений как входные параметры.

Понятие предварительного испытания. Методы и способы испытаний. Лабораторные испытания. Выявление мнений целевой аудитории о рекламных обращениях. Метод выявления мнений целевой аудитории. Проведение фокус-групп. Репрезентативность группы Мнения экспертов (консультанта, предприятия, рекламных агентств). Проведение фокус-группы. Надежность и репрезентативность эксперимента в реальных условиях. Возможность проведения: наличие сопоставимых локальных рынков, выбор для рекламы средств информации локального действия, наличие достаточного времени. Рекламная кампания на отдельном рынке.

ЦИФРОВОЙ МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины: приобретение студентами знаний и навыков, необходимых для эффективного применения цифровых технологий в различных маркетинговых процессах.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных принципов и методов цифрового маркетинга.
- Освоение инструментов и технологий, используемых в цифровом маркетинге.
- Развитие навыков анализа данных и принятия решений на основе данных.
- Обучение работе с социальными медиа и другим каналам коммуникации.
- Формирование понимания важности маркетинговых исследований и аналитики.

- Развитие навыков планирования и управления маркетинговыми кампаниями.

Краткое содержание дисциплины:

Цифровой маркетинг: специфика, игроки, задачи, стратегии. Инструментарий, каналы цифровых коммуникаций, маркетинговая воронка, терминология. Этапы стратегического планирования в организации. Разработка стратегии цифрового маркетинга. Маркетинговая стратегия vs маркетинговый план. Ключевые моменты и вехи реализации стратегии. Взлом роста.

Понятие performance-маркетинг. Основные причины выбора стратегии перфоманс-маркетинга. Основные каналы перфоманс-маркетинга. Отличия перфоманс-маркетинга от имиджевого маркетинга. Суть работы перфоманс маркетинга. Главные инструменты перфоманс-маркетинга. Формирование стратегии. Что такое Маркетинг-микс? Модели маркетинг-микс и их элементы. Принципы маркетинг-микса. Маркетинг-микс 7P. Работа с посадочной страницей, лидогенерация, лид.

Data-driven подход. Основные принципы data driven. Инструменты профилирования и сбора данных о клиентах. a/b тестирование. Выстраивание стратегии data-driven, основные этапы. Метрики в data-driven маркетинге. Роль использования data-driven в цифровом маркетинге.

Структура маркетинговой команды. Контент-команда, команда привлечения трафика и клиентов, команда монетизации. Бизнес-девелоперы, продажи, маркетинг, дизайн и управление продуктами. Особенности работы в маркетинговой команде и взаимоотношения с другими подразделениями. Гибкая методология управления проектами Agile. SCRUM-техника.

Понятие искусственный интеллект. Цели, задачи и функции искусственного интеллекта в сфере цифрового маркетинга. Роль искусственного интеллекта в цифровом маркетинге. Инструменты искусственного интеллекта. Виртуальные ассистенты и чат-боты. Осуществление рекламы и таргетинга с помощью искусственного интеллекта. Примеры кейсов использования искусственного интеллекта в цифровом маркетинге. Перспективы искусственного интеллекта в цифровом маркетинге.

Что такое большие данные? Задачи и функции больших данных в цифровом маркетинге. Блокчейн. Поисковые системы. Преимущества использования больших данных в цифровом маркетинге. Перспективы цифрового маркетинга с использованием больших данных.

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК: АКАДЕМИЧЕСКОЕ ПИСЬМО

Цель дисциплины: сформировать компетенции, необходимые для понимания российской и международной академической среды, а также ключевые академические навыки, существенные для дальнейшего успешного

обучения, для возможной академической карьеры или для интеграции результатов научных исследований в профессиональную деятельность.

Задачи дисциплины:

- знакомство с различными видами и жанрами академических текстов;
- изучение специфики и типологии академических текстов;
- - анализ правил коммуникации внутри академического сообщества;
- - изучение принципов и приемов создания научного документа;
- - формирование навыков создания академических текстов и документов на английском языке.

Краткое содержание дисциплины:

Академическое письмо как вид деятельности и способ коммуникации в международном научном пространстве. Типология и классификация академических текстов, жанры, поджанры. Академический текст - основные источники для сферы экономики, маркетинга, креативных индустрий.

Основные академические правила и академические нарушения. Плагиат. Сущность и практические подходы к корректной академической практике. Обзор международных систем референсирования. Основы Гарвардской референсной системы.

Общая структура академического текста.

Уровни структуры текста: от макроуровня до микроуровня (разделы, абзацы, предложения). Практические аспекты выбора темы академического эссе\ академической статьи. Актуальность темы. Типы академических эссе. Соблюдение стилистических требований. Аннотация как самостоятельный источник информации. Структура аннотации (характеристика основной темы, проблемы, объекта; определение цели, описание результатов). Введение как источник ключевой информации. Структурные и стилистические требования к введению.

Аргументация в академическом тексте. Принципы доказательного мышления. Универсальность законов логики: закон тождества, закон непротиворечия, закон исключенного третьего, закон достаточного основания. Теория аргументации в академическом письме. Структура и состав аргументации. Правила аргументации. Тезис, аргументы, демонстрация. Логические ошибки, сопряженные с нарушением правил аргументации.

Основные правила ссылок в академических текстах. Оформление ссылок в Гарвардской референсной системе. Обзор альтернативных приемов оформления ссылок и цитат, в т.ч. по ГОСТ. Список источников. Библиография.

Заключение как элемент академического текста. Проверка академической работы. Проверка на копирование текстов. Спектр доступных онлайн-антиплагиат программ.

Грамматические особенности академического письма. Принцип лексико-грамматического единства. Анализ и разбор наиболее часто встречающихся грамматических ошибок.

Лексические особенности академического письма. Анализ и разбор наиболее часто встречающихся лексических ошибок.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО. СТАРТАПЫ И ВЕНЧУРНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ

Цель дисциплины: дать студентам знания, умения и навыки, необходимые для успешного создания и развития собственного бизнеса, а также для работы в сфере венчурного финансирования.

Задачи дисциплины:

- Изучить основы предпринимательства и венчурного финансирования.
- Понять, как разработать и оценить бизнес-идею.
- Освоить методы привлечения инвестиций и управления проектами.
- Научиться анализировать рынок и конкурентов.
- Разработать стратегию развития своего бизнеса или проекта.
- Получить практические навыки работы в команде и управления рисками

Краткое содержание дисциплины:

Основные понятия, термины и их определение. Ж.Б. Сэй и И. Шумпетер о сущности предпринимательства и предпринимательской деятельности. Личность и предпринимательство. Предпринимательская способность. Функции и цели предпринимательства. Принципы предпринимательства. Виды предпринимательской деятельности. Индивидуальное предпринимательство. Совместное предпринимательство. Сущность инновационного предпринимательства. Региональные сети: бизнес - центры, бизнес - инкубаторы. История развития предпринимательства, его инновационные направления в России.

Разнообразие предпринимательской деятельности и специфика различных сфер деятельности. Пять предпочтительных сфер для начала собственного дела. Предпринимательство, растущее наиболее быстрыми темпами; наиболее прибыльные области предпринимательства, области деятельности с большим денежным оборотом. Предпринимательство в различных отраслях. Ценовая конкуренция и неценовая конкуренция, возможность сосуществования малых, средних и больших предприятий. Структура отраслей, особенности внутритраслевой конкуренции. Большое, среднее и малое предпринимательство: особенности и место в национальной экономике.

Предпринимательская идея. Организация и развитие собственного дела. Порядок создания нового предприятия. Порядок государственной регистрации предприятия на занятие предпринимательской деятельностью. Учредительные документы предприятия. Формирование уставного фонда. Понятие стартапа и особенности его функционирования. Стратегия создания стартапа. Юридическое оформление стартапа.

Государственно-правовое регулирование сферы бизнеса в Российской Федерации. Основные документы, регламентирующие функционирование предпринимательской деятельности. Права и обязанности предпринимателей. Правовой статус предпринимателя. Приоритет и правовая защита предпринимательских идей. Интеллектуальная собственность. Объекты права интеллектуальной собственности. Объекты прав промышленной собственности.

Анализ доступных способов финансирования. Критерии, влияющие на выбор негосударственных источников финансирования. Обоснование выбора наиболее приемлемого способа финансирования. Сущность и этапы венчурного финансирования. Источники средств в венчурных фондах: зарубежный опыт и отечественная практика. Роль государства в становлении венчурного рынка в России.

Финансовые ресурсы предприятия. Система управления финансами на предприятии. Оценка финансового состояния предприятия: сущность и назначение финансового анализа, методы и инструментарий финансового анализа, анализ платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия, анализ эффективности использования оборотных активов. Экономическая сущность денежного потока. Обоснование и оптимизация ключевых параметров, оказывающих влияние на денежный поток.

Сущность предпринимательского риска. Классификация предпринимательских рисков. Показатели риска и методы его оценки. Основные способы снижения риска: страхование, лизинг, факторинг, франчайзинг, хеджирование, форвардный контракт, фьючерсный контракт, опционный контракт. Сущность и виды ответственности предпринимателей. Условия возникновения гражданской ответственности предпринимателей.

Система показателей эффективности предпринимательской деятельности. Принципы и методы оценки эффективности предпринимательской деятельности. Пути повышения и контроль эффективности предпринимательской деятельности.

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

Цель дисциплины: сформировать у студентов знания, умения и навыки в области поведения потребителей, их предпочтения и мотивацию при выборе товаров и услуг.

Задачи дисциплины:

- Основные факторы, влияющие на поведение потребителей;

- Процесс принятия решения о покупке;
- Моделирование потребительского поведения;
- Методы исследования потребительского поведения;
- Применение полученных знаний на практике для повышения эффективности маркетинговых стратегий.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие и содержание потребительского поведения. Фундаментальные принципы поведения потребителей. Потребности потребителей. Знания потребителей. Ценность для потребителя. Воспринимаемая ценность. Типы потребительских решений. Удовлетворенность и лояльность.

Основные теоретико-методологические подходы к анализу потребления: политэкономический, конкретно-экономический, социологический, социально-психологический, маркетинговый. Факторы внешней среды бизнеса, влияющие на изменение подходов к анализу потребительского поведения. Онлайн-модели потребительских решений (ZMOT): достоинства и недостатки, возможности применения в российской практике. Потребительский опыт как ведущий фактор выбора товара: методы изучения и способы использования в современной маркетинговой практике. Развитие технологий управления потребительским опытом (consumer experience management). CRM или SEM: способы формирования и направления использования. «Карты потребительского опыта». Геймификация (gamification) потребительского опыта. Потребительские намерения как основа интент-маркетинга (intent marketing): виды, способы выявления. Работа с потребительскими намерениями в социальных сетях.

Понятие консьюмеризма. История защиты прав потребителей. Законодательные акты, направленные на защиту прав потребителей. Основные права потребителей. Профессиональная этика и консьюмеризм. Глобальная перспектива консьюмеризма. Российская действительность и консьюмеризм.

Мотивация. Особенности восприятия. Память. Эмоции. Ценности. Чувства потребителей как часть потребительского опыта. Установки и намерения потребителей. Теория перспектив. Эффект владения.

Процесс обучения. Познавательное обучение. Повторение. Актуализация. Методы усиления запоминания. Забывание. Оценка познавательного обучения. Классическое обусловливание. Детерминанты классического обусловливания. Угасание. Обобщение. Дискриминация. Инструментальное обусловливание. Подкрепление при потреблении продукта. Маркетинговые применения теорий познания.

Мотивация и личность потребителя как основа управления потребительским поведением. Динамика процесса мотивации. Сущность мотивации потребителя. Мотивационная теория и маркетинговая стратегия. Маркетинговая стратегия, основанная на множественных мотивах. Маркетинговая стратегия, основанная на мотивационном конфликте.

Основные направления изучения эмпирических аспектов потребления (эмоций, чувств, фантазий, удовольствий) Э. Хиршман и М. Холбрук. Определение эмоций, взаимосвязь эмоций с понятиями аффект, гедонизм, настроение. Социальный характер эмоций. Типологизация эмоций (классификации Платчика, Эделл и Бурке, модель PAD Холбрука и Барра, модель CES Ричинс, круговая структура Ватсона). Методы измерения эмоций. Личность. Основные теоретические подходы к изучению личности.

Установка: понятие и структура. Доступность, устойчивость и сопротивляемость установок. Одномерные и многомерные модели установок. Понятие вовлеченности (involvement). Свойства отношений. Изучение отношений потребителей. Маркетинговые коммуникации как средство формирования и изменения установок.

ФИНАНСОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель дисциплины: формирование у студентов комплекса знаний, умений и навыков в области управления финансами предприятия, необходимых для успешной профессиональной деятельности и принятия обоснованных решений в условиях рыночной экономики.

Задачи дисциплины:

- Изучение теоретических основ финансового менеджмента и его места в системе управления предприятием.
- Освоение методов анализа и оценки финансового состояния предприятия, его активов, пассивов и денежных потоков.
- Формирование навыков разработки и реализации финансовой стратегии предприятия, а также планирования его доходов и расходов.
- Изучение принципов и методов формирования и оптимизации структуры капитала предприятия.
- Ознакомление с инструментами и техниками управления рисками в финансовой сфере.
- Изучение методик оценки эффективности инвестиционных проектов и принятия решений о финансировании.
- Получение знаний о современных методах и инструментах управления оборотным капиталом, кредиторской и дебиторской задолженностью.
- Освоение принципов и техник формирования оптимальной дивидендной политики предприятия.
- Изучение основ взаимодействия с кредитными организациями, инвесторами и другими стейкхолдерами в процессе финансовой деятельности предприятия.
- Получение навыков анализа и мониторинга изменений законодательства и рыночных условий, влияющих на финансовую деятельность предприятия.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет и задачи курса «Финансовый менеджмент». Его связь с другими курсами. Рекомендуемая литература.

Понятие и сущность финансового менеджмента. Функции финансового менеджмента. Функции финансового менеджмента как субъекта управления и специальные функции. Цели и задачи финансового менеджмента.

Внешняя экономическая среда бизнеса.

Финансовый менеджер как посредник между фирмой и различными видами инвесторов и рынков.

Понятие финансовой отчётности. Формы и принципы построения финансовой отчетности.

Балансовый отчет и его роль в финансовом менеджменте. Формы представления баланса. Отражение в балансе стоимости активов, обязательств и капитала фирмы. Балансовые уравнения.

Отчет о финансовых результатах фирмы и его содержание.

Понятие и виды денежных потоков.

Методы формирования отчета о движении денежных средств. Содержание отчета о движении денежных средств (cash flow statement). Законодательное регулирование отчёта о движении денежных средств. Взаимосвязь денежных потоков предприятия.

Анализ денежных потоков для принятия управленческих решений.

Свободный денежный поток. Правило тождества, или баланса денежных потоков.

Основные положения неоклассической экономической теории и их роль в формировании концепции идеальных рынков капитала. Теоретические допущения данной концепции. Понятие цены капитала. Вклад Ф. Модильяни и М. Миллера в развитие теории структуры капитала. Концепция неопределенности и риска. Понятие доходности финансовых инструментов. Взаимосвязь доходности и риска в условиях рынка.

Концепция дисконтированной стоимости, факторы, определяющие ставку дисконтирования в условиях России. Понятие дисконтированного денежного потока, области его практического применения. Концепция эффективного рынка и опыт государственного регулирования информационной асимметрии на финансовых рынках. Теория агентских отношений. Теория заинтересованных лиц и стоимость компании.

Сущность и методы финансового анализа. Финансовые коэффициенты. Оценка результатов деятельности фирмы. Финансовый анализ как элемент финансового менеджмента. Цели и этапы финансового анализа.

Анализ платежеспособности и финансовой устойчивости. Анализ кредитоспособности и ликвидности баланса. Анализ эффективности использования оборотных активов. Анализ финансовых результатов деятельности.

Процесс формирования капитала фирмы. Понятие и классификация капитала. Управление капиталом. Понятие и меры по обеспечению финансовой гибкости фирмы. Управление финансовым капиталом. Управление основным капиталом. Управление процессом формирования капитала. Управление рисками и оценка эффективность управления капиталом. Управление стоимостью капитала.

Понятие чистого оборотного капитала и его роль в управлении финансами. Норматив собственных оборотных средств его сущность и значение в обеспечении непрерывности и ритмичности хозяйственных процессов. Организация и принципы управления денежными потоками фирмы. Исследование факторов, влияющих на формирование денежных потоков фирмы. Обоснование типа политики управления денежными потоками фирмы. Направления и методы оптимизации денежных потоков фирмы. Планирование и контроль реализации политики управления денежными потоками. Политика управления дебиторской и кредиторской задолженностью фирмы.

Состав доходов компании. Методы учета денежной выручки от реализации продукции. Критический объем реализации продукции. Методы планирования выручки от реализации продукции. Функции прибыли. Виды прибыли. Показатели рентабельности корпорации.

Теоретические основы дивидендной политики. Факторы, определяющие дивидендную политику. Основные теории дивидендной политики. Порядок расчета и принятия решения о выплате дивидендов. Виды дивидендных выплат и их источники.

Методы оценки риска. Анализ статистических данных по прошлым неблагоприятным событиям. Теоретический анализ структуры причинно-следственных связей процессов. Экспертный подход. Методы оценки вероятности наступления неблагоприятных событий: метод построения деревьев событий, метод «события- последствия» как анализ работоспособности предприятия с точки зрения возможных неисправностей; метод деревьев отказов как графическое представление цепочки событий, последствия которых приводят к главному событию; метод индексов опасностей для оценки риска.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ И СИТУАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексного понимания принципов и методов проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа, а также навыков их применения для принятия обоснованных маркетинговых решений и повышения конкурентоспособности компании.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий, принципов и методов маркетинговых исследований и ситуационного анализа.
- Овладение навыками сбора и анализа маркетинговой информации.
- Освоение методик проведения маркетинговых исследований.
- Формирование умений применять ситуационный анализ для принятия маркетинговых решений.
- Изучение инструментов и техник обработки и интерпретации результатов маркетинговых исследований.
- Формирование навыка разработки и проведения маркетинговых кампаний на основе результатов исследований и ситуационного анализа.
- Развитие способности анализировать и оценивать эффективность маркетинговых решений, принятых на основе исследований и ситуационного анализа.

Краткое содержание дисциплины:

Основ маркетинговых исследований. Маркетинговые исследования как функция маркетинга. Сущность и значение маркетинговых исследований для принятия управленческих решений. Классификация и принципы маркетинговых исследований. Организация и проблемы, связанные с проведением маркетинговых исследований.

Первичные/вторичные, качественные/ количественные данные. Базовые процессы, лежащие в основе всех исследовательских программ. Методы сбора первичного исследования. Опрос, панельные исследования. Наблюдение, эксперимент, экспертные оценки.

Развитие навыков проведения вторичных исследований и правила написания отчетов: чтение, редактирование, доработка, представление.

Виды количественных опросов. Понятие выборки. Надежность и точность исследования. Дизайн исследования. Составление анкеты. Требования к анкете. Анализ данных. Виды вопросов. Шкалирование. Переходы. Требование к вопросам. Кодировка открытых вопросов (правила, виды, автоматизация, проверка). Обогащение данных (что может добавляться к опросным данным, как объединять данные и что учитывать в анализе).

Сложные виды анализа (кластерный, факторный, анализ остатков, регрессии) - обзор, применение, визуализация. Выводы: какие выводы можно и нужно делать из опросных данных. Типичные ошибки. Допустимые и

корректные формулировки. Обоснованные гипотезы. Программы для аналитики (обзор – Excel, SPSS, Statistica и другие).

Числовые сводки; графические сводки; таблицы непредвиденных обстоятельств; Хи-квадрат тест. Отношения. Корреляция. Простая регрессия. Одновыборочные и двухвыборочные t-тесты; Дисперсионный анализ (ANOVA). Критерий Манна-Уитни/Уилкоксона; Тест Крускала-Уоллиса. Кластерный анализ; Другие методы (например, множественная регрессия; ANCOVA). Обобщение изученного. Разбор примерных экзаменационных вопросов.

Понимание характера сводок и предложений в рамках исследования рынка или любой другой деловой деятельности. Этическая осведомленность. Понимание различных подходов к выборке и их использования в реальных сценариях. Проведение качественного исследования. Подробности о глубинных интервью и фокус-группах. Проведение исследований с использованием фокус-групп. Проведение исследований онлайн. Анализ качественных данных и представление результатов.

Понятие целевого рынка и целевой аудитории. Потребитель и покупатель. Выбор целевой аудитории. Сегментация потребителей. Принципы сегментации. Проведение ad hoc сегментации. Наиболее популярные методы сегментации: Needscope, Censydiam, 6W. Другие источники информации о целевой аудитории (Rusindex, Mediascope).

Как создавать анкеты, разрабатывать вопросы, тестировать анкеты и учитывать форматирование и структуру. Рейтинговые шкалы. Возможность использования рейтинговых шкал в опросниках. Задание. Требования. Система оценки. Использование исследований в различных контекстах.

КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА

Цель дисциплины: формирование понимания значимости креативной экономики для развития общества и отдельных предприятий, а также изучение методов и инструментов управления процессами в этой сфере.

Задачи дисциплины:

- Ознакомление студентов с основными понятиями и определениями в области креативной экономики.
- Изучение роли и места креативной экономики в современном обществе и экономике.
- Исследование специфики и особенностей управления процессами в креативной экономике.
- Освоение методов оценки эффективности проектов и мероприятий в сфере креативной экономики.
- Формирование навыков работы с инновационными проектами и продуктами в креативной сфере.

- Развитие умений анализировать и интерпретировать данные о состоянии и развитии креативной экономики на различных уровнях (национальном, региональном, отраслевом).
- Приобретение знаний о механизмах и инструментах государственного регулирования и поддержки креативных индустрий.
- Изучение международного опыта развития креативной экономики и возможностей его применения в условиях России.

Краткое содержание дисциплины:

Определение понятия креативная экономика и места дисциплины в учебной программе. Междисциплинарная природа изучения креативных индустрий. Мировые стандарты оценки и отчеты международных организаций о составе индустрий внутри креативной экономики. Особенности классификации креативных индустрий в РФ. Подходы к измерению креативной экономики: отраслевой подход, измерение по оценке занятости; классификация креативных товаров ЮНКТАД. Методологическая рамка НИУ ВШЭ. Метод картирования. Механизмы оценки стоимости и добавленного продукта в креативной экономике. Основные показатели креативной экономики, их динамика и оценки перспектив.

Креативные индустрии РФ. Концепция развития творческих индустрий в РФ (2021). Емкость внутреннего рынка и экспортный потенциал креативных индустрий в РФ. Методология расчета приближенной оценки вклада креативных индустрий в экономику России (АСИ). Определение видов деятельности, включаемых в расчет. Виды деятельности, исключенные из расчетов. Преобладание импорта над экспортом. Расчет вклада на муниципальном, региональном и федеральном уровнях. Творческие индустрии Москвы. Различия внутри креативной отрасли по размеру рынка, степени инвестиционной привлекательности, экспортному потенциалу, по особенностям осуществления финансово-хозяйственной деятельности.

Инструменты развития креативной экономики. Экосистемы в поддержке креативных индустрий. Кластеры, инкубаторы и иные творческие пространства. Отличительные особенности креативных кластеров. Нишевые маркетплейсы.

Правовые основы развития бизнеса в креативных индустриях РФ и практические аспекты их учета в планировании. Определение собственности на товары и услуги в креативной экономике. Digital-объекты в креативной экономике. NFT и цифровые права собственности на виртуальные объекты в креативной экономике.

Особенности экономики предприятий и инвестиций в креативных индустриях.

Методы оценки конкурентоспособности креативного продукта. Методы формирования цены на сервисы и товары в креативной экономике.

Актуальные проблемы развития и роста креативных индустрий.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И ПЛАНИРОВАНИЕ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: является формирование комплексного понимания принципов, методов и подходов стратегического маркетинга и планирования в сфере креативных индустрий, а также развитие навыков их применения в практической деятельности.

Задачи дисциплины:

- Изучить основные понятия, принципы и методы стратегического маркетинга и планирования.
- Сформировать навыки сбора и анализа информации о рынке и потребителях.
- Разработать стратегии маркетинга и планы для предприятий в сфере креативных индустрий.
- Изучить методы оценки эффективности маркетинговых стратегий и планов.
- Сформировать навык разработки и реализации маркетинговых кампаний.
- Развивать способность анализировать и оценивать результаты маркетинговых стратегий и планов.

Краткое содержание дисциплины:

Понятие и значение стратегии. Развитие стратегического управленческого мышления. Предмет и метод Стратегического маркетинга. Взаимосвязь Стратегического маркетинга с другими дисциплинами. Роль Стратегического маркетинга в экономическом развитии страны. Стратегический процесс. Цели маркетинговой стратегии. Особенности стратегического маркетингового планирования. Маркетинговая стратегия и маркетинговые мероприятия (коммуникации). Различия между организациями, ориентированными на производство, и организациями, ориентированными на рынок. Влияние последних изменений на стратегии маркетинга. Элементы стратегии. Ключевые компоненты корпоративной, бизнес- и маркетинговой стратегий.

Разработка и реализация маркетинговой стратегии-общее представление о процессе. Процесс разработки и реализации маркетинговой стратегии. Этапы разработки маркетинговой стратегии. Анализ трех «К» (3 Cs Analysis). Три ценностных критерия. Сеть ценностей (Value Net). Матрица оценки возможностей (Opportunity Evaluation Matrix). Матрица рисков. Матрица SPACE (The SPACE Matrix). Полигон матрицы SPACE. Концепция стратегического планирования Abell. Применение моделей коммуникаций для построения маркетинговой стратегии (AIDA), (DIPDA).

Стратегическое планирование. Взаимосвязи между конкурентной и корпоративной стратегиями. Конкурентная стратегия. Общие стратегии по Портеру. Апробация и доводка общих стратегий. Стратегия оздоровления. Тестирование и оценка стратегических вариантов и выборов. Корпоративная

стратегия в однопрофильных организациях. Варианты корпоративной стратегии Ансоффа. Проникновение на рынок. Развитие продукта и расширение рынка. Корпоративная стратегия в многопрофильных организациях. Стратегии сотрудничества. Стратегия сокращения.

Стратегия и структура. Основные элементы организационной структуры. Сложные структуры. Динамичные структуры. Операционные системы. Динамичная культура. Управление стратегическими изменениями. Сопротивление изменениям. Управление стратегическими изменениями: культурологический подход.

Стратегическое позиционирование и операционная результативность. Как совершаются стратегические ошибки. Стратегия и поиск преимуществ. Поиск устойчивости. Стратегия и предназначение. Стратегические парадоксы и динамика стратегии. Глобализация и локализация. Конкуренция и сотрудничество. Контроль и хаос: изменчивость как постоянное состояние. Стабильность и инновации. Прибыльность и ответственность: вопросы корпоративного управления. Стратегическое мышление и стратегическая деятельность.

Основы управления стратегическим маркетингом. Планирование в системе стратегического маркетинга. План-программа работы со стратегиями в деятельности предприятия. Стратегический и оперативный планы. Информационное и коммуникационное обеспечение управления стратегическим маркетингом. Основные элементы информационного обеспечения управления стратегическим маркетингом. Принципы формирования и использования информации. Коммуникационные каналы. Контроль в стратегическом маркетинге. Объекты контроля. Современные концепции внутрифирменного управления. Рыночные системы и принципы управления предприятием. Функции и принципы управления. Служба маркетинга на предприятии, организационные структуры, основные задачи и функции. Риск в предпринимательстве. Виды рисков. Условия принятия решений. Страхуемые и нестрахуемые риски. Риски, страхуемые в страховых компаниях. Нестрахуемые риски предприятия. Принципиальная схема анализа шансов-рисков. Финансово-экономический анализ хозяйственной деятельности предприятия в условиях стратегического маркетинга. Концепция стратегического маркетингового анализа. Методы стратегического маркетингового и финансового анализа. Бизнес-план и его связь с программой стратегического маркетинга. Задачи бизнес-плана. Структура бизнес-плана.

УПРАВЛЕНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ

Цель дисциплины: формирование у студентов комплексных знаний, умений и навыков в области управления человеческими ресурсами на предприятиях креативного сектора. Этот курс направлен на то, чтобы помочь студентам понять особенности управления людьми в креативной среде, освоить методы

эффективного привлечения, отбора, адаптации, обучения и мотивации сотрудников, а также научиться решать возникающие проблемы и вопросы, связанные с управлением персоналом.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий, принципов и методов управления человеческими ресурсами в контексте креативной индустрии.
- Освоение методик анализа и оценки эффективности кадровой политики на предприятиях креативной сферы.
- Формирование навыков разработки и реализации стратегий и планов по управлению человеческими ресурсами.
- Обучение методам и инструментам привлечения, отбора и адаптации персонала для работы в креативном секторе.
- Развитие компетенций в области обучения и развития персонала, включая создание программ профессионального роста и карьерного развития.
- Изучение методов оценки и повышения мотивации сотрудников в креативной сфере.
- Освоение навыков разрешения конфликтов и управления изменениями в творческих коллективах.

Краткое содержание дисциплины:

Определение сущности, содержания, принципов, методов, инструментов управления человеческими ресурсами организации в конкретных условиях ее функционирования в сфере креативных индустрий. Разработка кадровой политики и кадровой стратегии с учетом объективных и субъективных факторов, оказывающих влияние на функционирование и развитие системы управления организацией в сфере креативных индустрий. Взаимосвязь кадровой политики и кадровой стратегии с этапами жизненного цикла организации в сфере креативных индустрий. Основные особенности кадровой политики и практики в креативных индустриях. Особенности управления персоналом на проектных формах работы. Особенности управления персоналом творческих профессий.

Управление численностью персонала: планирование требуемой численности в сфере креативных индустрий. Управление организационными структурами. Планирование найма. Оптимизация численности. Высвобождение персонала. Методология планирования потребности в человеческих ресурсах в сфере креативных индустрий. Маркетинговые исследования рынка труда.

Разработка и реализация стратегии поиска и отбора сотрудников в сфере креативных индустрий. Понятие ценностного предложения работодателя. Элементы EVP. Методы поиска и отбора сотрудников. Жизненный цикл кандидата. Источники и каналы поиска кандидатов. Инструменты отбора. Сравнение эффективности различных инструментов отбора. Воронка отбора. Оценка эффективности процессов привлечения и отбора персонала в организацию в сфере креативных индустрий.

Практические аспекты поиска работы на рынке труда в креативных индустриях – типичные каналы и методы поиска работы, резюме, письмо, портфолио. Хард скиллз и софт скиллз.

Развитие человеческих ресурсов организации как часть развития организации. Система развития персонала в системе управления персоналом организации. Цели, задачи, принципы развития человеческих ресурсов в организации в сфере креативных индустрий.

Программы трудовой адаптации. Развитие персонала как средство достижения стратегических целей организации. Обучение и развитие персонала как средство повышения ценности человеческого капитала организации. Обучение и развитие персонала как инструмент проведения организационных изменений. Теория человеческого капитала и современные подходы к развитию персонала в организации. Понятия развития, обучения, образования, научения и их взаимосвязь. Понятие компетенции. Модель компетенций организации. Содержание понятия «компетенция». Использование модели управления по компетенциям в управлении развитием персонала организации в сфере креативных индустрий. Разработка и реализация модели компетенций. Оценка персонала с помощью модели компетенций. Методы оценки компетенций и их сравнительная надежность. Цели, задачи, критерии, методы и инструменты оценки персонала в организации. Инструменты развития человеческих ресурсов организации: Модель 70-20-10. Формальное обучение. Обучение на рабочем месте. Коучинг и наставничество. Особенности обучения взрослых – андрагогика. Цикл обучения Д.Колба. Оценка отдачи от корпоративного обучения - модель Д.Киркпатрика-Филлипса.

Сущность организационной культуры, ее функции и структура. Концепция и типы организационной культуры. Символический, подповерхностный и глубинный уровни организационной культуры. Сильная и слабая организационная культура. Организационная культура как объект управления. Методы формирования, поддержания и изменения организационной культуры. Понятие конфликта в организации в сфере креативных индустрий. Сущность и признаки конфликта. Причины и условия протекания организационных конфликтов. Функции, этапы и типы организационных конфликтов. Методика и принципы исследования конфликтов. Диагностирование, прогнозирование и профилактика конфликтов в сфере креативных индустрий.

Теоретические основы мотивации к труду: понятие мотивации, содержательные и процессуальные теории мотивации. Эволюция взглядов на мотивацию персонала. Внешняя и внутренняя мотивация. Подходы к анализу мотивации. Структура общего вознаграждения персонала: оплата труда, неденежное и нематериальное вознаграждение. Источники информации о вознаграждении на рынке труда. Управление оплатой труда: базовая и переменная части оплаты труда. Управление результативностью деятельности (Performance management). Краткосрочное и долгосрочное вознаграждение. Неденежные элементы вознаграждения: виды и инструменты.

Нематериальное вознаграждение: виды и инструменты.

Подходы к оценке эффективности управления ЧР: метрики, KPI. Будущее HR функции в организациях. Информационные технологии в управлении человеческими ресурсами: автоматизация, цифровизация, искусственный интеллект.

Понятие и виды высвобождения персонала. Система мероприятий по высвобождению персонала. Направления поддержки высвобожденного персонала.

КРОСС-КУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Цель дисциплины: формирование у студентов базовых профессиональных знаний и навыков в области управления процессами делового взаимодействия с представителями разных культур.

Задачи дисциплины:

- сформировать представление о современном состоянии и тенденциях развития кросс-культурного менеджмента в условиях глобализации;
- проанализировать специфику поведения сотрудников, в условиях разных деловых культур и систем ценностей;
- изучить ключевые аспекты кросс-культурной коммуникации;
- проанализировать основные причины межкультурных конфликтов в организации и пути их предотвращения;
- сформировать представления о национальных стилях управления;
- изучить особенности формирования международных команд.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет и задачи курса. Предпосылки и этапы становления кросс-культурного менеджмента как учебной дисциплины. Понятие культуры и ключевые сложности в его определении. Основные подходы в изучении культуры: философский, культурантропологический, социологический, семиотический, социально-психологический. Уровни анализа культуры по Э. Шейну. Ценности как сфера желаемого и должного. Терминальные и инструментальные ценности в работе М. Рокича. Соотношение понятий цивилизация, нация, этнос. Воздействие культуры на управленческую практику. Понятие деловой культуры, её ключевые элементы. Влияние внешней среды на деловую культуру: особенности бизнес-окружения, национально-этнический фактор.

Ключевые параметры национальной культуры. Базовые критерии межкультурных различий в работах Г. Триандиса, Дж. Дистефано, К. Клакхона и Ф. Стродтбека, Ф. Тромпенаарса, Г. Хофстеде, Р. Льюиса. Культурный профиль отдельных стран. Основные подходы к классификации параметров национальной деловой культуры. Характер влияния национальной культуры на модель делового поведения.

Личность в контексте культуры. Концепция базовой и модальной личности. Национальный характер. Кросс-культурные исследования личности. Индигенные концепции личности. Представления о значимости труда в различных деловых культурах. Ключевые факторы, оказывающие влияние на отношение к труду, в разных национальных культурах. Кросс-культурные исследования моделей мотивации в разных странах мира. Особенности формирования системы мотивации культурно-разнородного персонала. Национальная специфика продвижения, подготовки и переподготовки кадров. Виды картин мира. Проблема соотношения мышления и речи. «Мысль не выражается в слове, но совершается в слове» Л. С. Выготский. Теория лингвистической относительности Сепира-Уорфа. Влияние языковой картины мира на восприятие действительности. Ключевые вопросы этнолингвистики. Экспериментальные исследования когнитивной категоризации.

Коммуникативный, лингвокультурологический, психологический и социокультурный аспекты межкультурной коммуникации. Модели межкультурных коммуникаций. Вербальные и невербальные коммуникации и их особенности в различных странах. Высоко- и низкоконтекстные культуры. Организация подготовки и проведения переговоров с учетом поведенческих особенностей в деловых культурах различных стран. Сравнение стилей ведения переговоров. Развитие кросс-культурной компетентности.

Нарушение эффективности кросс-культурных коммуникаций и столкновение поведенческих стереотипов как базовые проблемы, лежащие в основе кросс-культурных конфликтов. Основные этапы и принципы разрешения конфликта. Ключевые параметры для проведения мониторинга организационных коммуникаций и коммуникативных проблем. Анализ элементов нестыковки целевых и мотивационных поведенческих стереотипов. Определение стадии эмоционального напряжения конфликтующих сторон. Альтернативные подходы к улаживанию конфликта: стратегия адаптации и развития толерантности, стратегия «перемешивания» или структурной интервенции, стратегия управленческой интервенции, стратегия отсечения.

Национальная и корпоративная культуры: взаимообусловленность и взаимодействие. Влияние внешних институциональных и культурных факторов на эффективность управленческого труда в модели Фармера-Ричмена. Управленческая философия как ключевой фактор влияния на поведение организации в модели Негандхи-Прасада. Система ценностей руководителя как «фильтр» при восприятии ситуации. Картина мира как фактор восприятия и конструирования социальной реальности в практике управления. Доминирующая роль национальной культуры. Степень формализации управленческих функций и процедур, дистанция власти и степень централизации управления, целевая ориентация деятельности как классификационные признаки разных корпоративных культур. Модели корпоративных культур, их характерные особенности и сравнительный анализ. Командообразование как парадигма управления современными

организациями. Сильные и слабые стороны кросс-культурных команд. Характерные проблемы деятельности кросс-культурных команд и методы их преодоления.

ПЛАНИРОВАНИЕ, РАЗРАБОТКА И АНАЛИЗ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ

Цель дисциплины: обучение студентов принципам и методам создания эффективных рекламных кампаний, а также анализу их результатов. В рамках данной дисциплины студенты изучают различные аспекты разработки и реализации рекламных стратегий, знакомятся с инструментами и технологиями, используемыми в современной рекламе, а также учатся анализировать эффективность проведенных рекламных кампаний.

Задачи дисциплины:

- понимать и определять цели и задачи рекламных кампаний для достижения успеха на рынке.
- проводить исследования и анализ целевой аудитории для определения наиболее эффективных методов привлечения внимания потребителей к продукту или услуге.
- разрабатывать стратегии рекламных кампаний на основе анализа целевой аудитории и выбора наиболее подходящих каналов коммуникации.
- изучить процессы создания и производства рекламных материалов, включая разработку
- планировать и проводить рекламные кампании, включая определение сроков, бюджета и методов коммуникации с целевой аудиторией.
- анализировать результаты рекламных кампаний с помощью различных методов, таких как измерение показателей возврата инвестиций (ROI), анализ статистики и опросов потребителей.
- адаптироваться к изменениям на рынке и корректировать рекламные кампании в соответствии с новыми требованиями и тенденциями.

Краткое содержание дисциплины:

Базовые определения и понятия. Определение понятия «рекламная кампания». Основные признаки рекламных кампаний. Виды рекламных кампаний. Принцип маркетинга «продвижение». Ситуация на рынке - основа для разработки идеи рекламной кампании. Коммуникационные цели. Организация рекламной кампании на различных этапах деятельности компании. Понятие рекламной стратегии и составляющие ее элементы. Важность выбора стратегических решений. Рекламная идея: методы разработки и связь с целевой аудиторией. Функции рекламной кампании: разработка, производство, размещение. Основные этапы разработки и реализации проекта рекламной кампании. План рекламной кампании. Отдельные рекламные мероприятия. Роли отдела рекламы предприятия и

рекламного агентства в организации и проведения рекламной кампании. Управление процессом реализации рекламных кампаний. Контроль за проведением рекламной кампании.

Аналитический этап рекламной кампании. Ситуационный анализ: методы анализа ситуации, сложившейся на реальном сегменте рынка. Анализ деятельности фирмы: выбор методов, оценка деятельности, выбор стратегий. Выявление положительных и отрицательных сторон рекламной деятельности. Анализ конкурентной среды: выбор методов, реализация, обработка результатов. Исследование опыта конкурентов и их проведения коммуникационных кампаний. Анализ потребителей: выбор методов сбора информации, проведение исследования, обработка результатов, выбор стратегии охвата рынка. Изучение целевых аудиторий. Факторы системы определения целевой аудитории.

Понятие «объект рекламной кампании». Выбор объектов и постановка задач рекламной кампании. Стереотипы потребителей. Анализ стереотипов по отношению к объектам рекламной кампании. Технологии и стратегии позиционирования товара или фирмы. Разработка концепции рекламируемого товара, определение концепции рекламной кампании. Рационалистические стратегии: родовая рекламная стратегия; стратегия преимущества; стратегия «уникального торгового предложения» Р. Ривса; стратегия позиционирования Э. Райза и Д. Траута. Проекционные стратегии: стратегия «имидж марки», стратегия «резонанс», аффективная стратегия. Выбор стратегии рекламной кампании в зависимости от специфики рекламного продукта.

Функция размещения: базовые понятия, значение, роль обратной связи, шум коммуникации. Особенности каналов передачи информации. Виды рекламных обращений. Видео-аудио-реклама. Модульная и статейная реклама. Наружная реклама. Процесс выбора средств распространения рекламы. Критерии выбора рационального канала распространения рекламных посланий. План-график размещения. Виды медиастратегий. Перечень средств массовой информации. Оценка эффективности контакта с рекламными обращениями. Составление медиаплана.

Формула AIDA, основы формулы, цели и задачи. Написание текстов по формуле AIDA. Другие формулы написания рекламных текстов. Разбор примеров текстов по формуле AIDA.

Методы анализа эффективности рекламной кампании. Экономическая эффективность рекламы. Показатели экономической эффективности рекламы. Формулы для расчета экономического эффекта. Проблемы измерения экономической эффективности рекламы. Коммуникативная эффективность. Методики определения коммуникативной эффективности рекламы. Методы предтестирования: фокус-группы, эксперименты по продаже, метод сравнения в парах и др. Методы посттестирования: тесты на запоминание, тесты на убедительность, подсчет непосредственных откликов, физиологические тесты. Показатели Р. Ривса «внедрение» и «вовлечение в потребление». Метод Гэллапа-Робинсона и метод Старча для оценки узнаваемости и запоминаемости рекламных обращений.

ПСИХОЛОГИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: изучение психологических аспектов творческой деятельности, а также изучение особенностей работы в сфере креативных индустрий. Эта дисциплина помогает понять, какие психологические процессы происходят в голове у творцов, как они принимают решения, как взаимодействуют с другими людьми и как можно использовать эти знания для повышения эффективности работы в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

- Изучить основные психологические концепции и теории, которые применяются в креативных индустриях.
- Понять, как работает мозг творца и какие процессы происходят во время творческого процесса.
- Изучить особенности работы с творческими людьми и научиться эффективно взаимодействовать с ними.
- Научиться анализировать результаты творческой деятельности и определять, какие факторы влияют на успех или неудачу.
- Изучить методы развития креативности и научиться применять их на практике.

Краткое содержание дисциплины:

Введение в психологию. Предмет и объект психологии. Определение и структура психики: психические процессы, состояния и свойства личности. Креативные индустрии в России и мире: состояние, развитие и проблемы управления развитием. Понятие и классификация креативных индустрий. Основные тенденции развития творческих (креативных) индустрий. Проблемы и барьеры развития творческих (креативных) индустрий.

Понятие «методология». Уровни методологии. Основные функции методологии. Методологические принципы научного исследования. Задачи исследования в психологии. Понятия «метод» и «методика» в психологии. Общие требования, предъявляемые к методам психологического познания человека. Классификации методов.

Специфика и различия понятий искусство, воображение, креативность и творчество. Актуальные проблемы психологии искусства. Проблематика психологии искусства в работах Л.С. Выготского. Понятие о воображении, его основных видах и процессах. Диагностика воображения. Тематический апперцептивный тест Г. Мюррей. Рисунок несуществующего животного. Психология креативности. Концепция креативности Дж. Гилфорда и Э. Торренса. Этапы креативного процесса. Личностные качества креативных людей.

Психологические особенности специалистов творческих профессий. Талант и гениальность. Профессионально-важные качества представителей креативных профессий. Личностные и психоэмоциональные особенности людей творческих профессий. Мотивация и профессиональная продуктивность людей творческих профессий. Профессиональные кризисы,

утрата вдохновения и эмоциональное выгорание специалистов творческих профессий.

Классификация креативных товаров. Психология восприятия. Определение и свойства образов восприятия. Сенсорные феномены в восприятии. Восприятие пространства. Индивидуально-психологические и культурно-исторические детерминанты восприятия. Психопатология восприятия. Психология ценностей современных потребителей. Терминальные и инструментальные ценности – проблемы влияния.

Психология потребителя. Исследование процесса принятия потребительских решений. Психологические механизмы потребительского поведения: подражание, заражение, внушение. Принципы принятия потребительских решений. Структура принятия потребительского решения: мотив, реакция на контекст, эмоции. Мотивация потребления и мотивирование потребителей. Мотивирование, зависящее от типа потребности.

Психологический аспект работы с людьми с ОВЗ. Внедрение инклюзивных практик в сфере креативных индустрий. Реализация на территории Российской Федерации международных событийных проектов спортивной направленности с участием людей с особыми потребностями.

СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ И ПР-КАМПАНИИ

Цель дисциплины: формирование и поддержание положительного имиджа организации, продвижение ее товаров или услуг, а также установление доверия и взаимопонимания с различными целевыми аудиториями.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных теорий и концепций коммуникации и маркетинга.
- Освоение методов исследования и анализа рынка, целевой аудитории и конкурентов.
- Обучение разработке стратегий коммуникации и маркетинговых кампаний.
- Ознакомление с методами организации мероприятий, работы со СМИ и создания контента.
- Развитие навыков работы в команде и управления проектами.
- Изучение правовых и этических аспектов работы в сфере связей с общественностью.

Краткое содержание дисциплины:

Предмет связей с общественностью в современном менеджменте. Определение PR. PR как коммуникация. Основные задачи, решаемые средствами PR в менеджменте. Отличия PR от маркетинга и HR. Понятия имиджа, репутации, паблисити, общественности, общественного мнения. Основные направления PR.

Типология современных масс-медиа. Характерные особенности и

задачи телевидения, радио, газет, интернет-медиа. Структура масс-медиа, основные позиции и задачи сотрудников в структуре масс-медиа. Национальная специфика рынка масс-медиа и их работы в различных странах.

Корпоративная репутация/этика. Стратегия и постановка целей. Планирование PR: общественность, целевые сообщения и СМИ. Стратегия. Тактика. Модель PESO.

Сущность, предмет и объект антикризисного пиара. Сущность и виды кризисов организации. Базовые функции и методы антикризисного пр. Кейсы и реальные примеры.

PR-тренды и менеджмент (вызовы). Аналитика и факты. Метавселенные. Комьюнити. Подкасты. Личный бренд. Каналы продвижения.

Этапы PR-стратегии: аналитический, организационный, этап реализации, оценка эффективности. Разработка стратегии: целевая аудитория, анализ конкурентов, позиционирование, ключевые сообщения, каналы коммуникации. Количественные показатели оценки эффективности PR-стратегии. Качественные показатели оценки эффективности PR-стратегии. Показатели эффективности digital-коммуникаций.

Работа на международном уровне над имиджем компании. Баланс местного и международного. Системы отчетности и бюджетирования. Имидж компании. Как корпоративный PR помогает заработать конкурентное преимущество. Инструменты корпоративного PR. Инструменты лоббирования: как компании продвигают свой бренд на политической арене. Инструменты лоббирования.

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ АНАЛИЗА ДАННЫХ И МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ

Цель дисциплины: изучение методологий управления проектами анализа данных и машинного обучения; изучение основ машинного обучения методов анализа данных; получение практических навыков решения задач анализа данных и машинного обучения; изучение основ применения проектов анализа данных и машинного обучения для решения профессиональных задач.

Задачи дисциплины:

- Познакомиться с общими принципами проектирования программного обеспечения;
- Изучить основные модели жизненного цикла и методологии проектирования программного обеспечения;
- Подготовить обучающихся к проектной работе по созданию программного обеспечения для решения профессиональных задач;
- Рассмотреть основные задачи машинного обучения на основе технологий и методов искусственного интеллекта;

- Познакомиться с современными программными средствами анализа данных и программного обеспечения

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Анализ данных в креативных индустриях

Понятие анализа данных. Цель и задачи анализа данных. Виды анализа данных. Источники данных для анализа. Специалисты по анализу данных. Применение анализа данных в креативных индустриях.

Тема 2. Жизненный цикл анализа данных

Этапы жизненного цикла анализа данных. Сбор данных. Очистка данных. Первичный анализ данных. Продвинутой анализ данных. Программные средства.

Тема 3. Интеллектуальный анализ данных

Понятие интеллектуального анализа данных. Знания. Интеллект. Функции интеллекта. Интеллектуальные задачи. Классификация. Кластеризация. Выявление ассоциаций. Выявление последовательностей. Прогнозирование. Программные средства интеллектуального анализа данных.

Тема 4. Понятие машинного обучения

Понятие машинного обучения. Виды машинного обучения. Способы машинного обучения. Задачи машинного обучения. Машинное обучение и искусственный интеллект. Машинное обучение и анализ данных. Применение машинного обучения в сфере креативных индустрий.

Тема 5. Нейронные сети

Понятие нейронной сети. Виды нейронных сетей. Параметры обучения нейронных сетей. Способы обучения нейронных сетей. Терминология обучения нейронных сетей. Проблемы обучения нейронных сетей. Алгоритм обучения нейронных сетей.

Тема 6. Обучение с подкреплением

Понятие обучения с подкреплением. Терминология. Понятие агента. Виды обучения с подкреплением.

Тема 7. Основы управления ИТ проектами

Понятие ИТ проекта. Жизненный цикл ИТ проекта. Модели. Методологии управления ИТ проектами. Программные средства управления ИТ проектами. Особенности проектов анализа данных и машинного обучения.

Тема 8. Организация проекта анализа данных и машинного обучения

Этапы проекта анализа данных и машинного обучения. Исследование предметной области. Исследование данных. Моделирование. Создание программного продукта. Тестирование. Анализ результатов.

ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ, КОМАНДНАЯ РАБОТА И ЛИДЕРСТВО

Цель дисциплины: приобрести актуальные знания, позволяющие обучающемуся принимать обоснованные планово-управленческие решения по взаимодействию участников команды на основе навыков анализа

организационной ситуации с учетом видов разнообразной экономической деятельности, а также навыки осуществления практической проверки результатов и рекомендаций по лидерскому потенциалу личности в части сопровождения целей по основной деятельности предприятий реального сектора экономики (в частности связанных с креативными индустриями) или его отдельных структурных подразделений. В процессе обучения формируется системное представление об истории и современном состоянии проблемы изучения эволюции феномена лидерства, многообразия стилей руководства, а также условий их эффективного использования в динамично изменяющихся условиях настоящей рыночной экономики. Дается системное представление о связи лидерства с основаниями использования власти, влияния и полномочий руководителя. Формируется представление о факторах успешного становления и развития проектных и управленческих команд.

Задачи дисциплины:

- исследование сущности целостной концепции лидерства, как современной философии управления человеческим капиталом (талантом) в организации;
- анализ гибких и адекватных норм социального и профессионального поведения для взаимодействия между участниками команды на горизонтальном и вертикальном уровнях менеджмента; в частности, в условиях мультикультурной среды;
- приобретение навыков поддержания эффективного пространства рабочего микроклимата для руководителя (лидера) и подчиненных (последователей);
- возможность осуществить первоначальную диагностику собственных представлений о лидерстве и власти, способах и методах ее эффективного использования для повышения лидерского потенциала личности и общей личной эффективности.

Краткое содержание дисциплины:

Лидерство в общем процессе менеджмента организации. Власть, влияние, полномочия как структурные элементы лидерства. Эволюция лидерства в современном менеджменте. Руководство в призме лидерства.

Теория великой личности. Теория лидерских черт (trait theory of leadership). Теория когнитивных ресурсов. Теория харизматического лидерства. Постгероистическая концепция в лидерстве. Существенные характеристики современных лидеров: концепция лидерства 5-го уровня. Компетенции менеджера и компетенции лидера.

Исследования лидерства в университете штата Айова и штата Огайо (США). Мичиганские исследования лидерства. Стили руководства Лайкерта. Управленческая решетка Роберта Блейка и Джейн С. Моутон. Концепция лидерского поведения Д. Макгрегора. Современные стили руководства.

Транзакционная концепция лидерства. Концепция трансформационного лидерства. Концепция харизматического лидерства. Концепция

обслуживающего и морального лидерства. Концепция Грина на основе вертикальной парной связи. Теория обмена. Влияние последователей на лидера. Лидерство при проведении изменений.

Ситуационная концепция Ф. Фидлера. Ситуационная концепция П. Херси и К. Бланшара. Модель принятия решений В. Врума, Ф. Йеттона и А. Яго. Концепция "Путь-Цель" Р. Хауса и Т. Митчела. Концепция субститутов лидерства. Концепция заменителей лидерства С. Керроу, Дж. Джермиера. Виды заменителей лидерства, связанные с последователями.

Менеджер и лидер: общее и особенное. Команда и командообразование. Виды и форма командной деятельности менеджеров и их особенности поведения. Типы и роли менеджеров и последователей. Распределение ролей в команде.

Конкурентоспособность лидерских качеств и навыков. Компетентность менеджера и лидера. Hard и softskills, показатели их валидности. Оценка лидерских компетенций: обязательные и желательные (развиваемые) лидерские компетенции. Деятельность успешных и эффективных менеджеров. Модель личных навыков Веттена и Камерона. Законы лидерства. Качества эффективного лидерства: особые мотивационные установки. Методы повышения эффективности лидерства.

Agile: определение, философия, ценности, принципы. Scrum: методология философии Agile. Kan-ban: методология философии Agile. Отличия Scrum от Kan-ban.

Планирование и выбор в пользу роста (причины победы-поражения, установки, убеждения и ценности, скорость изменений и нежелание перемен, условия профессионального и личностного роста).

Выход за рамки привычного мышления, расстановка приоритетов: (основные препятствия, мешающие выйти за рамки привычного мышления, шаблоны и стереотипы мышления, установки и страхи, и сомнения, необходимость изменения мышления, как условие собственного роста, определение последовательности действий, проектное мышление).

Ключевые аспекты результативности: (определение факта о собственных результатах, качественные и количественные критерии оценки результатов, текущее положение дел). Концентрация внимания.

Срок работы на позиции и уровень профессионализма - "фотография" без иллюзий. Постепенный отказ от гаджетов на работе. Ограничение времени нахождения в социальных сетях.

Проблемы управления временем. Организация рабочего дня. Целеполагание и выделение приоритетов. Контроль использования времени.

Контроль за самочувствием. Сохранение и поддержание баланса: личное-рабочее. Вход в состояние потока. Умение отдыхать. Отказ от переработок. Учимся делегировать полномочия.

Использование приемов повышения личной эффективности в организационном пространстве.

Лень и страх перемен как препятствия к успеху. Возрастные и гендерные ограничения и преимущества.

Личная эффективность и самообразование в контексте парадигмы Life Long Learning.

Личная эффективность и зона комфорта.

Реализация личной эффективности в компании через систему рациональной мотивации.

ПРИНЯТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ В СФЕРЕ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Цель дисциплины: формирование у них компетенций, необходимых для успешной работы в креативных индустриях, таких как умение анализировать рынок, оценивать риски и возможности, привлекать инвестиции, управлять проектами, работать в команде и продвигать свои продукты на рынке.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных понятий и принципов принятия решений в креативных индустриях.
- Анализ рынка и определение ключевых факторов, влияющих на принятие решений.
- Разработка методов оценки рисков и возможностей в креативных проектах.
- Изучение методов привлечения инвестиций и партнеров для реализации креативных проектов.
- Освоение навыков управления проектами в креативной индустрии.
- Развитие навыков работы в команде и организации работы с клиентами.
- Изучение методов маркетинга и продвижения креативных продуктов на рынке.
- Оценка эффективности управленческих решений и корректировка стратегии в зависимости от результатов.

Краткое содержание дисциплины:

Принятие решений в управлении техническими системами. Принятие решений в управлении биологическими системами. Принятие решений в управлении социальными системами.

Принципы работы головного мозга и субъектные факторы принятия решений. Рациональность в принятии решений, в том числе в сфере креативных индустрий. Эвристики в принятии решений, в том числе в сфере креативных индустрий. Ограничения процессов переработки информации.

Роль индивидуальных различий в принятии решений. Личность и принятие решений. Интеллект и принятие решений. Индивидуальные стили деятельности. Стили принятия управленческих решений, в том числе в сфере креативных индустрий.

Субъект принятия управленческих решений. Разнообразие и роль принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий. Специфика управленческих решений. Факторы принятия управленческих

решений.

Одномерные классификации управленческих задач. Типология проблемных ситуаций. Модели принятия управленческих решений в сфере креативных индустрий. Нормативный и дескриптивный подходы к анализу управления.

Нормативное описание процесса индивидуального принятия управленческих решений. Дескриптивное описание процесса индивидуального принятия управленческих решений. Принятие групповых управленческих решений.

ПРОДЮСИРОВАНИЕ И МАРКЕТИНГ ПРОЕКТОВ В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

Цель дисциплины: предназначен для формирования у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области продюсерской деятельности, а также маркетинга проектов в креативных индустриях.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студента с историей возникновения, особенностями, направлениями и видами продюсирования в креативных индустриях;
- изучить основы, цели и задачи продюсирования;
- сформировать у студента представление об особенностях маркетинга проектов в области креативных индустрий;
- определить роль фандрайзинга в продюсировании проектов и организаций креативных индустрий;
- сформировать навыки составления плана продвижения проектов в области креативных индустрий
- сформировать комплекс навыков и умений участия в предпринимательстве и в управлении проектами в области креативных индустрий

Краткое содержание дисциплины:

Определение понятия Продюсер в Гражданском кодексе РФ (ст 1240, 1263). Изучение практического использования и применения таких понятий, как продюсирование, продюсерская деятельность. Цель продюсирования, задачи продюсирования. История возникновения продюсерской деятельности. История развития продюсерской деятельности в России и за рубежом. Обзор современных проблем и текущих задач продюсерской деятельности.

Типология и классификация культурных проектов. Особенности правового режима для продюсирования в сфере креативных индустрий. Авторские права. Франшиза. Государственное регулирование и поддержка предпринимательства в РФ в отношении к креативным индустриям. Особенности продюсирования в кинематографе: основы кинопроизводства.

Российский процесс кинопроизводства. Зарубежные организационные схемы кинопроизводства. Материальная база кинопроизводства. Кинопрокат.

Особенности продюсирования:

- в шоу-бизнесе
- в театральной деятельности
- в телевизионной индустрии
- в сфере компьютерных игр
- в инфобизнесе

Роль и обязанности продюсера. Его профессиональные качества. Основы фандрайзинга, цель, задачи, методы. Обзор опыта фандрайзинга для креативных индустрий. Планирование фандрайзинга. Развитие креативных индустрий как объекта фандрайзинга. Специфика фандрайзинга проектов в области креативных индустрий. Краудсорсинг и краудфандинг в креативных индустриях. Kickstarter и Indiegogo. eurocrowd.org. Planeta.ru. Мэтчфандинг.

Особенности рынков для продуктов креативной индустрии по отраслям. Особенности российских рынков. Источники информации и данных о рынках для формирования продюсерской концепции. Методы поиска бизнес-идеи и творческой идеи. Поиск и разработка идеи на примере киноиндустрии и рынка кинопроката РФ. Обзор основных показателей рынка, их прогнозирования. Структура зрительских предпочтений. Характеристика базы кинопроката. Обзор правовых особенностей рынка. Тренды и тенденции развития кинопроизводства и спроса на продукцию. Особенности кинопроизводства в РФ, структура издержек кинопроекта. Выбор прикладных программ, логистика принятия решений по выбору цифровых продуктов для производства продукта в киноиндустрии. Генерация продюсерских идей для кинопроекта. Необходимость изучения особенностей жанров. Способы оценки жизнеспособности и прогнозирования эффективности идей.

Продюсерский проект. Этапы продюсерского проекта. Основные инструменты формирования продюсерского проекта. Выстраивание бизнес стратегии будущего продюсерского проекта в области креативных индустрий. Маркетинговая стратегия проекта. Использование анализа данных SPSS. Привлечение финансирования на проекты в области креативных индустрий. Особенности привлечения внешнего финансирования проектов и работы с государственными грантами. Питчинг проекта в креативных индустриях – особенности и технология презентации. Авторские права при разработке проектов. Особенности разработка бизнес-плана проекта для креативных индустрий. Оценка затрат и знакомство со структурой типичных расходов для нескольких видов проектов. График реализации проекта. Управление рисками. Особенности монетизации проекта в креативных

индустриях. Прогнозирование и оценка фактических финансовых результатов проекта.

Маркетинговые стратегии проектов. Ключевые инструменты продвижения в креативных индустриях. PR-технологии. Виды PR-технологий. GR-связи. Технологии GR. Этапы GR в продвижении проекта. Новые медийные технологии в продвижении продюсерского проекта. Разработка коммуникационной кампании проекта. Выбор каналов продвижения.

МЕНЕДЖМЕНТ НАСЛЕДИЯ И АРТ-ПРОСТРАНСТВ

Цель дисциплины: формирование у студентов профессиональных знаний, умений и навыков в области трансформации мышления и отношения к историческому наследию, а также управления, сохранения и развития объектов культурного наследия.

Задачи дисциплины:

- ознакомить студента с особенностями арт-менеджмента в социокультурной сфере;
- изучить цели и задачи управления наследием и арт-пространствами; - сформировать у студента представление об управлении в социокультурной сфере;
- научить студента ориентироваться в законодательной базе в области наследия и арт-пространств;
- определить роль наследия в современном обществе и научить студента создавать стратегии по привлечению человеческого потенциала;
- изучить профессиональные навыки и культуру арт-менеджера;
- сформировать видение о проблемах менеджмента и маркетинга в области наследия и арт-пространств.

Краткое содержание дисциплины:

Изучение таких понятий, как культурное наследие, всемирное наследие. Конвенция о всемирном наследии. Стратегические указания Комитета всемирного наследия. Конвенция ЮНЕСКО. Цели и задачи управления наследием и арт-пространствами. Зачем нужно управлять ими? История развития арт-менеджмента в России и за рубежом.

Менеджмент музыкального искусства. Менеджмент киноискусства. Менеджмент музейного дела, выставок и галерей. Менеджмент и реставрация. Менеджмент культурно-досуговой деятельности. Менеджмент изобразительного искусства. Научный туризм. Роль историко-культурного наследия в образовании и воспитании. Профессиональная деятельность и культура менеджера в социокультурной сфере. Подготовка профессиональных кадров для арт-сферы. Изучение и применение информационно-коммуникационных технологий в области наследия и

арт-пространств.

Правовая основа в сфере наследия и арт-пространств, ключевые особенности. Типы законодательств, общеприменимые для культурного наследия. Конституционные указы. Национальное, региональное или местное законодательство, международное законодательство. Нормативно-правовые основы арт-менеджмента в России. Государственное регулирование и негосударственная поддержка современного арт-бизнеса. Основные проблемы развития законодательной базы в области охраны наследия в России.

Изучение термина «наращивание потенциала». Целевые аудитории и области знаний в сфере наследия и арт-пространств. Разработка стратегий по привлечению человеческого потенциала в этой сфере. Мероприятия по увеличению человеческого потенциала в сфере наследия и арт-пространств.

Управление объектами культурного наследия. Сохранение и развитие объектов наследия и арт-пространств. Подходы к сохранению и управлению наследием и арт-пространствами. Объединяющий подход. «Новая парадигма для охраняемых территорий» Андриан Филлипс. Руководство по планированию управленческой деятельности на охраняемых территориях. Комплексный подход. Интерактивный подход. Системы управления наследием и арт-пространствами.

Маркетинг и культура. Принципы маркетинга в сфере наследия и арт-пространств. Современные проблемы маркетинга в сфере наследия и арт-пространств. Особенности рекламной деятельности данной сферы.

КРЕАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ

Цель дисциплины: развитие у студентов творческого мышления, навыков разработки рекламных концепций, работы с медиа и коммуникациями, а также подготовка к профессиональной деятельности в сфере маркетинга и рекламы.

Задачи дисциплины:

- Изучение основ креативной рекламы: основные понятия, принципы и методы.
- Развитие творческого мышления и решения проблем.
- Ознакомление с современными тенденциями и инновационными технологиями в рекламной сфере.
- Обучение созданию рекламных кампаний и концепций.
- Работа с различными медиа и коммуникационными каналами.
- Развитие презентационных и коммуникативных навыков.
- Подготовка к профессиональной деятельности в сфере рекламы и маркетинга.

Краткое содержание дисциплины:

Цели, задачи, структура курса, система оценивания, планируемый результат. История рекламы: как развивалась индустрия (агентские отношения, политика и особенности). Цель креативной рекламы. Роль и карьера в творческой индустрии.

В чем разница креативной рекламы от обычной? Виды рекламы и творческий подход к каждому из них. Обзор теорий творчества и креативности. А. Пуанкаре, ТРИЗ до конвергентно-дивергентного мышления, явного-неявного взаимодействия к теории хонингования.

Преимущества и недостатки креативной индустрии: эффект неожиданности, сарафанное радио, недорогой вид продвижения. Роль креатива в рекламе. Творческий процесс. Специальные платформы. Эффективность креативной рекламы.

Разработка большой идеи/концепции, подходов. Четыре принципа дизайна. Особенности дизайна креативной рекламы. Использование цвета. Формирование технического задания для дизайнера. Способы восприятия мира вокруг человека. Визуальные метафоры.

Разработка кампаний и непрерывность. Слоганы, заголовки, тэги, подзаголовки. Как создается креативная реклама? Матрица Росситера-Перси. Меры поддержки, востребованные креативным бизнесом. Творчество и креатив в рекламе. Креативный продукт. Формы креатива при создании рекламного продукта. Креативная стратегия рекламы. Текстовая основа. Основы копирайтинга.

Роль цифровых платформ в развитии креативного бизнеса. Ключевые преимущества использования цифровых платформ в креативном предпринимательстве. Универсальные и специализированные цифровые платформы. Роль цифровых платформ в выходе из кризиса, вызванного COVID-19. Готовность креативного бизнеса к дальнейшему использованию цифровых платформ.

Основы международной рекламы и ее развития. Группы участников создания международной рекламы. Экономические причины появления международной рекламы. «Рекламные» причины появления международной рекламы. Глобальная реклама.

Сущность и особенности рекламного рынка в России. Анализ рекламного рынка в России. Проблемы и перспективы развития рекламного рынка в России, а также перспективы развития креативной рекламы в постпандемию.

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

Цель дисциплины: заключается в изучении студентами современных проблем и тенденций развития маркетинговой деятельности, а также в определении перспектив развития маркетинга в будущем.

Задачи дисциплины:

- Изучение основных направлений и тенденций развития маркетинга
- Анализ современных проблем и вызовов, с которыми сталкивается маркетинговая деятельность.
- Исследование перспектив и возможностей развития маркетинга в условиях цифровой трансформации экономики.
- Определение ключевых факторов успеха маркетинговой деятельности в условиях глобальной конкуренции.
- Изучение методов и инструментов маркетинга для повышения эффективности деятельности компаний.
- Формирование навыков анализа и оценки маркетинговых стратегий и тактик.
- Подготовка студентов к профессиональной деятельности в области маркетинга с учетом актуальных проблем и перспектив развития.

Краткое содержание дисциплины:

Предпосылки возникновения маркетинга. Основные этапы развития маркетинга. Концепция совершенствования производства. Концепция совершенствования товара. Концепция интенсификации коммерческих усилий. Концепция маркетинга. Развитие маркетинга в России.

Понятие ценность. Понятие о ценности продукта. Виды ценности продукта. Управление ценностью продукта в маркетинге. Управление ценностью - преимущество для компаний. Виды стратегий маркетинга в зависимости от ценности продукта.

Что такое сервис-доминантная логика? Основопологающие предпосылки сервисной логики. Развитие сервис-доминантной логики. Основы служебного языка. Основопологающие принципы Vargo и Lusch. Основа влияния онлайн-культуры.

Понятие и сущность социально-этического маркетинга. Цели и основные элементы социально-этического маркетинга. Концептуальные основы социально-этического маркетинга. Факторы сбалансированности социально-этического маркетинга. Особенности внедрения социально-этического маркетинга. Место и роль социально-этического маркетинга в повышении социальной ответственности бизнеса. Примеры применения социально-этического маркетинга.

История возникновения рекламы. Особенности эволюции современной рекламы. Воздействие печати на эволюционное развитие рекламы. Понятие языковой нормы. Отличие языка рекламы от рекламного текста. Изменение поведения потребителей и его влияние на используемые риторические приемы.

Сущность асимметрии информации. Причины появления информационной асимметрии. Процесс формирования информационной асимметрии. Значение информационной асимметрии. Проблемы, возникающие по причине асимметрии информации. Примеры компаний, которые стремятся преодолевать информационную асимметрию.

Сущность, цель, задачи и функции омниканальности в маркетинге. Отличия омниканальности от многоканальности. Принципы внедрения омниканальности в компанию. Преимущества стратегии омниканальности для бренда. Преимущества стратегии омниканальности для клиента.

Что такое глобальная марка. Причины глобализации. Преимущества глобализации бренда. Недостатки глобализации бренда. Критика маркетинговой практики в развивающихся странах и установление некоторых руководящих принципов. Какое влияние цифровизация оказывает на конфиденциальность потребителей? Значение цифровизации для маркетинга. Общие проблемы и недостатки маркетинга. Основные недостатки потребительского маркетинга. Недостатки интернет маркетинга. Современные тенденции маркетинга. Особенности развития маркетинга будущего.

ЭЛЕКТИВНЫЕ КУРСЫ ПО ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЕ И СПОРТУ

Цель дисциплины: формирование у обучающихся способности использования методов и средств физической культуры для обеспечения полноценной социальной и профессиональной деятельности. Овладение средствами и методами укрепления индивидуального здоровья, физического самосовершенствования, ценностями физической культуры личности для успешной социально-культурной и профессиональной деятельности.

Задачи дисциплины:

- методические принципы и методы физического воспитания,
- общая и специальная физическая подготовка, физические качества, двигательные умения и навыки,
- спортивная тренировка,
- разделы спортивной подготовки,
- тренированность,
- формы занятий,
- структура учебно-тренировочного занятия,
- разминка,
- общая и моторная плотность занятия.
- интенсивность физической нагрузки

Краткое содержание: Массовый спорт, студенческий спорт, спорт высших достижений. Системы физических упражнений и мотивация их выбора, группы видов спорта, новые виды спорта, прикладные виды спорта. Обучения двигательным умениям и навыкам, техническим приемам в избранном виде спорта, индивидуального подхода к применению средств спортивной подготовки и организации и проведения массовых спортивных,

спортивно-оздоровительных мероприятий и соревнований по избранным видам спорта.

Профессионально-прикладная физическая культура, ее формы (виды), прикладные умения и навыки, условия и характер труда, основы физиологии труда, производственная физическая культура, физическая культура в рабочее и свободное время, профессиональные утомления и заболевания, профилактика травматизма, профессиональная адаптация и воспитание профессионально важных психофизических качеств и их коррекция. Реабилитационно-восстановительные мероприятия, методы и средства восстановления работоспособности в профессиональной и физкультурно-спортивной деятельности.

ПРОГРАММИРОВАНИЕ И ОБРАБОТКА ДАННЫХ НА PYTHON

Цель дисциплины: изучение современных информационных и коммуникационных технологий, тенденций их развития, методов разработки текстовых, расчетных, графических и мультимедийных документов с помощью персонального компьютера.

Задачи дисциплины:

- ознакомиться с базовыми понятиями и элементами языка программирования Python (операторы, числовые и строковые переменные, списки, условия и циклы);
- узнать фундаментальные принципы языка Python;
- сформировать навыки самостоятельного решения задач на персональных компьютерах, подбора программных средств, анализа и интерпретация полученных результатов

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Знакомство с языком Python

Цели, задачи, структура курса, система оценивания, планируемый результат. Общие сведения о языке Python. Установка Python на компьютер. Режимы работы Python. Что такое программа. Первая программа. Структура программы на языке Python. Комментарии.

Тема 2. Начальные сведения о среде программирования Python и разработка простейших программ. Структурное программирование.

Создание интерфейса пользователя. Формы и их свойства. Элементы управления. Свойства элементов управления. Меню и диалоговые окна. Редактор меню. Свойства меню. События, связанные с меню. Объекты общих диалогов. Окна сообщений. Окна ввода. Вывод выходных данных. Установка свойств объектов. Составление программного кода. Запуск программы. Создание выполняемого файла. Данные и их описание. Алфавит и лексемы

языка. Объявление переменных. Константы. Массивы. Операторы, выражения и операции. Циклы. Встроенные функции.

Тема 3. Объектно-ориентированное программирование в Python

Объектно-ориентированное программирование в Python. Особенности Python как объектно-ориентированного языка программирования. Объекты, методы, свойства, события. Программирование, управляемое событиями. Использование модулей и процедур. Модульное программирование в Python. Создание процедур-функций и процедур-подпрограмм. Работа со значениями даты и времени. Проекты и приложения в Python. Структура проекта.

Тема 4. Функциональное программирование в Python

Понятие функционального программирования. Функция: определение и вызов. Рекурсия. Функции как параметры и результат. Обработка последовательностей. Итераторы. Простые генераторы. Карринг.

ИНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГИИ И ВЕБ-ДИЗАЙН

Цель дисциплины: формирование знаний в области технологий и концепций создания статических web-страниц, разработки структуры web-страниц, языков программирования web-страниц, оформления страниц, передачи данных от удаленного пользователя на сервер; создание фундаментальной теоретической базы в области современных сетевых информационных технологий; формирование устойчивых умений и навыков использования инструментальных программных средств для презентации информации в сетевой среде.

Задачи дисциплины:

- теоретических знаний о глобальной компьютерной сети Интернет, способах передачи и представления информации в ней;
- теоретических знаний о применении сетевых технологий в различных сферах профессиональной таможенной деятельности;
- прикладных знаний современных технологий и методов разработки и публикации web-узлов (сайтов) в корпоративных интранет-сетях и сети Интернет;
- навыков самостоятельного использования инструментальных программных систем создания web-узлов, web-страниц и презентаций в практической таможенной деятельности;
- уметь создавать web-страницы путем написания кода HTML (XHTML) и CSS;
- уметь использовать современные инструментальные программные средства для представления информации в Интернет и интранет-сетях, проектирования web-страниц и web-узлов;

- уметь использовать современные технологии создания интерактивных web-страниц (JavaScript, CSS, PHP/ASP и др.);
- уметь создавать страницы для организации взаимодействия с посетителями web-узла;
- уметь проектировать корпоративные сайты;
- знать методы и способы разработки текстовых, расчетных и мультимедийных документов;
- знать принципы структурной организации гипертекстовых документов;
- знать современные принципы и средства создания гипертекстовых документов;
- знать современные web-технологии;
- знать особенности представления информации в сети и использования сетевых технологий в различных сферах профессиональной экономической деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Компоненты Интернет-технологий.

Информационное пространство WWW. Основные элементы технологии WWW. Технологии для работы в сети.

Тема 2. Гипертекстовые документы. Основы HTML.

Концепция гипертекстового документа, узла, системы узлов. Структура HTML-документа. Принципы отображения браузерами. Синтаксис тэгов HTML. Спецификации языка HTML, XHTML. Физическое и логическое форматирование. Правила вложенности тегов HTML. Тэги форматирования текста, списков и таблиц. Специальные символы HTML. Реализация гиперссылок в HTML-документе. Использование графики на web-страницах: вставка рисунков, оформление фона. Основные форматы web-графики. Использование графических карт.

Тема 3. Оформление web-страниц и технология таблиц каскадных стилей CSS.

Стиль оформления. Синтаксис таблицы стилей. Использование таблиц стилей для форматирования web-страниц. Способы указания стилей: встраивание в тэги HTML, внедрение, связывание и импорт таблицы стилей. Использование классов и псевдоклассов. Группировка и наследование.

Тема 4. Создание динамически изменяемых web-страниц.

Компоненты динамического HTML (DHTML). Язык сценариев JavaScript. Объектная модель web-документа (DOM): основные объекты, свойства, методы, события, коллекции. Указание процедуры JavaScript в HTML-документе. Обработка событий с помощью JavaScript. Параметры обработки событий. Обращение к объектам документа из тела процедур JavaScript. Формальные и фактические параметры. Динамическое изменение стилей. Примеры реализаций динамически изменяемых web-страниц, проверка данных web-формы перед отправкой на сервер.

Тема 5. Структурирование информации web-узла.

Основные подходы к разработке web-узла. Типы структуры web-узла: линейная, иерархическая, сетевая. Разработка навигации по web-узлу. Структурирование содержимого страниц web-узла с помощью макетных таблиц. Гибкие и фиксированные web-страницы. Сочетание текста и графического содержимого. Фреймы. Создание структуры web-узла на основе фреймовых структур. Структурирование с помощью CSS-макетов, управление позиционированием элементов на web-страницах.

HTML-формы. Элементы управления. Текстовые области и строки. Флажки и переключатели, создание группы переключателей. Списки. Кнопки. Отправка данных формы на адрес электронной почты. Обработка данных формы перед отправкой на сервер. Обработка данных формы серверными сценариями. CGI-интерфейс. Языки серверного программирования. Динамические web-страницы. Принципы создания динамических страниц на основе информации из баз данных. Технологии PHP и ASP (Active Server Pages).

КОНТЕНТ МАРКЕТИНГ

Цель дисциплины: заключается в обучении студентов принципам и методам создания и распространения контента для привлечения внимания целевой аудитории и стимулирования продаж.

Задачи дисциплины:

- Изучение основ контент-маркетинга и его роли в продвижении бренда и продуктов.
- Обучение студентов разработке стратегии контент-маркетинга для различных отраслей и рынков.
- Развитие навыков создания качественного и привлекательного контента для разных каналов распространения.
- Ознакомление студентов с инструментами и методами анализа эффективности контент-маркетинга.
- Формирование навыков работы с партнерами и заказчиками в рамках контент-маркетинговых проектов.
- Подготовка студентов к практической работе в области контент-маркетинга, включая создание портфолио и резюме.

Краткое содержание дисциплины:

Маркетинг как актуальная философия ведения бизнеса. Понятия контент и контент-маркетинг. Цель и задачи контент-маркетинга и его функционал. Развитие контент-маркетинга в России. Роль контент-маркетинга в бизнесе. Специфика работы.

Основные инструменты контент маркетинга и форматы использования контент-маркетинга брендами. Текстовый контент, видео и аудио контент, визуальный контент, интерактивный контент (прямые эфиры, вебинары).

Е-mail маркетинг. Интернет-реклама. Медийная реклама. Контекстная реклама. Таргетинг. Лендинги, баннеры. Классификация эффективного контента по Стелзнеру. Обзор популярных социальных сетей. Мониторинг социальных сетей и блогов. Продвижение через социальные сети.

Определение аудитории и ее сегменты. Основные характеристики портрета целевой аудитории. Определение каналов для сегментов. Интересы потребителей. Бренд – как ответ на вопрос потребителя. Принцип «слышать аудиторию» и оперативное реагирование. Привлечение внешней аудитории для создания контента и привлечения целевой аудитории (блогеры, амбассадоры бренда, инфлюенсеры). Способы привлечения аудитории из поисковых систем. Поэтапный процесс определения целевой аудитории. Определение целевой аудитории по методу 5W Марка Шеррингтона. Поиск желаний аудитории по Стелзнеру.

Определение контент-стратегии и ее разработка. Изучение элементов стратегии и ее характеристики для запуска контент-маркетинга. Индивидуализация контента под конкретный бизнес. Customer Journey Map. Воронка продаж и ее этапы. Разработка стратегии продвижения на основе цифровых технологий.

Эффективность контент маркетинга. Качественная оценка. Метрики контент-маркетинга. Эффективность собственных новостей. Метрики лидогенерации. Проведение аналитики с помощью Google Analytics и Yandex.Metrica. Социальные метрики. Сервисы, позволяющие провести социальные метрики. Метрики трафика. SEO-метрики.

Digital-маркетинг в построении современной бизнес-концепции креативной индустрии. 6D-концепция цифрового маркетинга. Каналы продвижения и инструменты Digital-маркетинга маркетинга. Сегментирование рынка как основной этап цифрового маркетинга. Отличия интернет- и digital-маркетинга.

МАРКЕТИНГ В МОБИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЯХ

Цель дисциплины: сформировать у студентов знания, умения и навыки, необходимые для успешного продвижения мобильных приложений на рынке.

Задачи дисциплины:

- Изучить основы маркетинга мобильных приложений.
- Научить студентов разрабатывать стратегию продвижения мобильных приложений.
- Развить навыки создания и оптимизации контента для мобильных приложений.

- Ознакомить студентов с инструментами аналитики и оценки эффективности маркетинга мобильных приложений.
- Сформировать навыки работы с партнерами и подрядчиками в рамках маркетинговых проектов мобильных приложений.

Краткое содержание дисциплины:

Мобильный маркетинг как цифровая маркетинговая стратегия. Мобильные устройства – основная среда омниканального маркетинга. Для чего нужны мобильные приложения. Какие задачи решают с помощью мобильных технологий. Стратегия для компании: как действовать.

Задачи и примеры реализации систем корпоративной мобильности. Система корпоративной мобильности. Устройства для корпоративной мобильности. Внедрение корпоративной мобильности в компанию. Пандемия и “второе рождение” корпоративной мобильности. Мобильная безопасность. Перспективы и реалии корпоративной мобильности. Тренд на супераппы. Примеры компаний, которые используют супераппы в бизнесе. Система суперапп. Плюсы и минусы супераппов. Как создать суперапп? WhatsApp и Telegram - не лучшие сервисы для рабочего общения.

Корпоративные каналы и группы в мессенджерах. Социальные сети с игровыми элементами. Социальные сети со структурой компании. Группы в мессенджерах как часть корпоративной культуры управления. Опасности публичных мессенджеров в рабочем общении.

Приложения для групповых обсуждений и онлайн-конференций и их виды. Классификация приложений видеосвязи. Городской номер в кармане. Преимущества и недостатки использования приложений аудио и видеосвязи. Проблемы и перспективы развития аудио и видеосвязи.

Мобильный документооборот. Преимущества и недостатки. Виды приложений мобильного документооборота. Мобильные CRM –задачи и функционал. Ключевые особенности мобильного CRM-приложения. Преимущества и недостатки мобильного CRM. Что такое Service Desk? Как работает Service Desk система? Отличия от help desk системы. Мобильный Service Desk. Преимущества внедрения Service Desk. Мобильный бизнес. Преимущества и недостатки. Приложения для бизнес-планирования.

Бизнес приложения. Роботы-помощники. Какие задачи выполняет виртуальный помощник? Функции виртуального помощника. Преимущества и недостатки роботов-помощников. Программы дистанционного обучения. Мобильная аналитика.

Госуслуги Бизнес – задачи и функционал. Налог РФ. Приложение для самозанятых. Мой налог. Личный кабинет предпринимателя. Проверка чеков ФНС. Мои документы онлайн. Все МФЦ. Преимущества и недостатки сервисов и мобильных приложений государственных органов. Проблемы и перспективы развития.

Блок 2. Практика

Обязательная часть

УЧЕБНАЯ ПРАКТИКА

ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ПРАКТИКА

Цель практики: является закрепление и углубление теоретической подготовки обучающегося и приобретение им практических навыков и компетенций в сфере профессиональной деятельности, необходимых для выполнения работы в области менеджмента.

Задачи практики:

- организационно-управленческая деятельность:
 - ознакомление с планированием деятельности организации и подразделений;
 - участие в организации работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
 - участие в разработке и реализации проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
 - мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
 - участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы).
- информационно-аналитическая деятельность:
 - сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
 - участие в построении и поддержке функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
 - участие в разработке и поддержке функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
 - участие в подготовке отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности.

Краткое содержание дисциплины:

Введение: цели и задачи практики. Стратегия и эффективность организации.

Структура организации.

Внешняя среда организации.

Элементы внутренней среды организации: технологии и культура.

Организация финансовой службы в компании (принципы, этапы, нормативно-правовое регулирование деятельности).

Принятие решения об инвестировании (принципы, этапы, нормативно-правовое регулирование).

Посещение организации-работодателя / мастер-класса / отраслевой конференции (форума) / др. мероприятий, развивающих универсальные и профессиональные компетенции.

Защита отчета.

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ПРАКТИКА

ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ (ПРОЕКТНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ) ПРАКТИКА

Цель практики: заключается в систематизации, обобщении, закреплении и углублении теоретических знаний и умений, приобретенных обучающимися при освоении основной образовательной программы по направлению подготовки 38.03.02 «Менеджмент» в сфере креативных индустрий, на основе изучения опыта работы в данной области в организациях различных организационно-правовых форм, в которых они проходят практику.

Задачи практики:

- организационно-управленческая деятельность:
 - участие в разработке и реализации комплекса мероприятий операционного характера в соответствии со стратегией организации;
 - планирование деятельности организации и подразделений;
 - анализ организационной и управленческой структуры организаций;
 - организация работы исполнителей (команды исполнителей) для осуществления конкретных проектов, видов деятельности, работ;
 - разработка и реализация проектов, направленных на развитие организации (предприятия, органа государственного или муниципального управления);
 - контроль деятельности подразделений, команд (групп) работников;
 - мотивирование и стимулирование персонала организации, направленное на достижение стратегических и оперативных целей;
 - участие в урегулировании организационных конфликтов на уровне подразделения и рабочей команды (группы);
- информационно-аналитическая деятельность:
 - сбор, обработка и анализ информации о факторах внешней и внутренней среды организации для принятия управленческих решений;
 - построение и поддержка функционирования внутренней информационной системы организации для сбора информации с целью принятия решений, планирования деятельности и контроля;
 - создание и ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;

- разработка и поддержка функционирования системы внутреннего документооборота организации, ведение баз данных по различным показателям функционирования организаций;
- совершенствование системы внутреннего документооборота организации;
- оценка эффективности проектов;
- подготовка отчетов по результатам информационно-аналитической деятельности;
- оценка эффективности управленческих решений

Цели и задачи технологической (проектно-технологической) практики логически и содержательно взаимосвязаны с предварительным освоением студентами теоретических дисциплин.

Краткое содержание дисциплины:

Подготовительный этап.

Согласование программы практики. Инструктаж по технике безопасности. Знакомство с организацией. Изучение организационно-управленческой документации. Общая характеристика организации: организационно-правовая форма, цель, стратегия, особенности внешней среды, этап жизненного цикла, тип организационной структуры, основные технологии. Ознакомление со структурой и принципами формирования основных финансовых политик компании.

Основной этап.

Проведение анализа финансового состояния компании, анализ эффективности инвестиционных проектов компании.

Сбор, обобщение и систематизация информации, необходимой для разработки стратегических, текущих и оперативных прогнозов, планов, бюджетов; осуществления их мониторинга, анализа и контроля хода их выполнения. Анализ и оценка использования принципов интегрированного планирования и бюджетирования. Анализ влияния финансовых и инвестиционных решений на риски и ценность компании.

Оценка финансовых активов, методов принятия решений по инвестированию и финансированию, в том числе в международной среде.

Анализ ценообразования на различные финансовые инструменты.

Экспериментальный этап.

Сбор данных для выполнения индивидуального задания.

Заключительный этап.

Обработка и анализ полученной информации. Подготовка отчета и дневника по практике.

Защита отчета по практике.

Защита отчета и дневника по практике.

ПРЕДДИПЛОМНАЯ ПРАКТИКА

Цель практики: является развитие навыков самостоятельной проектной работы, разработка и апробация на практике оригинальных практических

предложений и идей, используемых при подготовке выпускной квалификационной работы.

В процессе прохождения преддипломной практики продолжается подготовка выпускной квалификационной работы, так как на практике студенты должны собрать необходимую информацию, выполнить анализ производственно-финансовой деятельности структурного подразделения, организации и дать обоснование проектной части выпускной квалификационной работы.

Задачи практики:

- изучение опыта работы исследуемой организации сферы креативных индустрий;
- провести анализ системы управления организации и маркетинговой стратегии;
- изучение действующей системы планирования, организации, методов проведения маркетинговых исследований и ситуационного анализа в организации сферы креативных индустрий;
- сбор и анализ материалов для выполнения ВКР в соответствии с заданием руководителя;
- написание и подготовка к защите отчета по практике.

Краткое содержание дисциплины:

Подготовительный этап.

Обучающиеся знакомятся с целью, задачами, организацией, содержанием практики, образцами документации, требованиями руководителей практики от факультета, кафедр, научных руководителей, распределяются по предприятиям (организациям, учреждениям) – базам практики.

Основной этап.

Обучающиеся окончательно определяются в проблеме, соответствующей запросам исследуемой организации – базы практики.

Согласуют выбор проблемы исследования с темой выпускной квалификационной (дипломной) работы.

Осуществляется постановка целей и задач исследования, подбор методик, адекватных изучаемой проблеме.

Проводится исследование, первичная статистическая обработка, анализ и интерпретация полученных результатов.

Экспериментальный этап.

Научному руководителю представляется информация о содержании проблемы, над решением которой будет дальше вестись работа, согласуются способы ее решения в соответствии с ключевыми направлениями работы.

Заключительный этап.

Обработка и анализ полученной информации. Подготовка отчета по практике.
Защита отчета.

Блок 3. Государственная итоговая аттестация

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена по иностранному языку

Цель: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по направлению подготовки требованиям образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России и ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена по направлению подготовки

Цель: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по направлению подготовки требованиям образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России и ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

Раздел I. Основы бизнеса, маркетинга и этики современных креативных индустрий

Раздел II. Экономическая среда бизнеса в сфере креативных индустрий

Раздел III. Фундаментальные принципы маркетинга

Раздел IV. Проектный практикум в сфере креативных индустрий

Раздел V. Предпринимательство. Стартапы и венчурное финансирование

Раздел VI. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ

Раздел VII. Креативная экономика

Раздел VIII. Стратегический маркетинг и планирование в сфере креативных индустрий

Раздел IX. Управление человеческими ресурсами в креативной индустрии

Раздел X. Принятие управленческих решений в сфере креативных индустрий

Раздел XI. Продюсирование и маркетинг проектов в креативных индустриях

Раздел XII. Мировая экономика

Раздел XIII. Международные экономические отношения

Раздел XIV. Связи с общественностью и ПР-кампании

Раздел XV. Основы международного бизнеса

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Цель: определение соответствия результатов освоения обучающимися основной профессиональной образовательной программы (далее – ОПОП) по направлению подготовки требованиям образовательного стандарта высшего образования МГИМО МИД России и ФГОС ВО по направлению подготовки 38.03.02 Менеджмент.

ФТД. Факультативные дисциплины

ПРАКТИКУМ ПО АНГЛИЙСКОМУ ЯЗЫКУ

Цель дисциплины:

развитие коммуникативной компетентности бакалавров, позволяющей использовать иностранный язык в профессиональной деятельности; повышение у обучающихся их профессиональной компетентности, совершенствование и дальнейшее развитие навыков и умений по английскому языку в различных видах речевой коммуникации и их использование как базы для развития коммуникативной компетенции, расширение общего кругозора, способности к самообразованию, повышение уровня общей культуры, культуры мышления, общения и речи.

Задачи дисциплины:

- обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении;
- сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке;
- дать представления и знания об основных особенностях социокультурного
- развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним;
- воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Согласные и гласные звуки. Дифтонг [au]. Нисходящий тон в повествовательных предложениях и специальных вопросах.

Тема 2. Лексическая тема «A Visit»

Тема 3. Лексическая тема «About Myself»

Тема 4. Лексическая тема «My family»

Тема 5. Лексическая тема «Your Classes in English»

Тема 6. Лексическая тема «My flat»

Тема 7. Лексические темы: «Time. Days and months», «Holidays»

Тема 8. Лексические темы: «The Map of the World», «Countries and Languages», «Russia and the British Isles»

Тема 9. Лексическая тема «Meals»

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ) (АНГЛИЙСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (английском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в сфере профессиональной коммуникации.

Задачи дисциплины:

- обучить практическому владению общеразговорной речью и языком специальности для активного применения иностранного языка, как в повседневном, так и в профессиональном общении; сформировать умения публичных выступлений, установления профессиональных контактов и ведения переговоров, переписки на иностранном языке;
- дать представления и знания об основных особенностях социокультурного развития страны изучаемого языка на современном этапе и умение осуществлять своё поведение в соответствии с ним;
- воспитывать уважительного отношения к культуре, истории, литературе, искусству, традициям своей страны и стран изучаемых языков.
- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и

объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса.

- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Бизнес и карьера

Тема 2. Информационные технологии в бизнесе

Тема 3. Управление качеством

Тема 4. Управление проектами

Тема 5. Маркетинг в социальных сетях

Тема 6. Новый бизнес

Тема 7. Финансы и бухгалтерский учет

Тема 8. Стратегический менеджмент

Тема 9. Международная торговля

Тема 10. Инновации

Тема 11. Цифровая экономика

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ) (НЕМЕЦКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к профессиональной коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (немецком) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически в профессиональной сфере. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера в профессиональной сфере. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания.

- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса в профессиональной сфере.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли в профессиональной сфере.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Путешествия. Reisen

Тема 2. Транспорт. Verkehrsmittel

Тема 3. Отдых без стресса. Erholung

Тема 4. Внешность человека. Aussehen

Тема 5. Черты характера. Charakterzüge

Тема 6. Интересы, увлечения, хобби. Interessen. Hobby.

Тема 7. Профессиональное образование. Berufsbildung

Тема 8. Место работы. Arbeitsplatz

Тема 9. Условия работы. Arbeitsbedingungen

Тема 10. Мода и одежда. Mode. Kleidung

Тема 11. Покупки. Einkaufen

Тема 12. Экологичная мода. Модные тренды. Grüne Mode

Тема 13. Здоровье. Здоровый образ жизни. Gesundheit

Тема 14. Части тела. Körperteile

Тема 15. Как бороться со стрессом. Stresskiller

Тема 16. Окружающий мир и общество. Umwelt und Gesellschaft

Тема 17. Охрана окружающей среды. Umweltschutz

Тема 18. Германия. Географическое положение.

Тема 19. Германия. Население. Демография.

Тема 20. Германия. Федеральные земли.

Тема 21. Германия. Государственное устройство. Национальная символика.

Тема 22. Германия. Партийная система и выборы.

Тема 23. Германия и мир.

Тема 24. Молодежь Германии.

Тема 25. Экономика

Тема 26. Отрасли экономики

Тема 27. Сельское хозяйство.

Тема 28. Организация производства в экономике.

Тема 29. Менеджмент. управление предприятием.

Тема 30. Внешняя торговля.

Тема 31. Банки. Финансовые биржи. Финансовые предприятия.

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ) (ФРАНЦУЗСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (французском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста в профессиональной сфере.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания в профессиональной сфере.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса в профессиональной сфере.
- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли в профессиональной сфере.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Лексическая тема INCIDENT ET CONTRETEMPS

Тема 2. Лексическая тема HABITUDES ET ÉVOLUTIONS

Тема 3. Лексическая тема FAITS DIVERS

Тема 4. Лексическая тема DÉBATS ET CONVERSATIONS

Тема 5. Лексическая тема PERSONNALITÉ ET COMPORTEMENT

Тема 6. Лексическая тема POLITIQUE ET HISTOIRE

Тема 7. Лексическая тема LES OBJETS

Тема 8. Лексическая тема SCIENCE ET TECHNOLOGIE

Тема 9. Лексическая тема L'APPARENCE

- Тема 10. Лексическая тема NATURE ET ENVIRONNEMENT
Тема 11. Лексическая тема SPECTACLE ET MUSIQUE
Тема 12. Лексическая тема PRESSE ET MÉDIAS
Тема 13. Лексическая тема GESTES ET POSTURES
Тема 14. Лексическая тема SENTIMENTS ET ÉMOTIONS
Тема 15. Лексическая тема ARTS ET LITTÉRATURE
Тема 16. Лексическая тема LES JEUNES
Тема 17. Лексическая тема L'ARGENT ET ÉCONOMIE
Тема 18. Лексическая тема QUAND ON EST JEUNE
Тема 19. Лексическая тема: ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR, FORMATION
Тема 20. Лексическая тема: CHOIX DE CARRIÈRE, MÉTIERS, CV
Тема 21. Лексическая тема: MÉTIER: DIPLOMATE
Тема 22. Лексическая тема: MÉTIER: JOURNALISTE; LES MÉDIAS
Тема 23. Лексическая тема: NOUVELLES TECHNOLOGIES

ВТОРОЙ ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК (ПРОДВИНУТЫЙ УРОВЕНЬ) (ИСПАНСКИЙ)

Цель дисциплины: формирование у студентов компетенций, обеспечивающих способность к коммуникации в устной и письменной формах на иностранном языке (испанском) для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины:

- В области чтения: формирование и развитие умений чтения аутентичных текстов информационного, повествовательного и описательного характера, а также информации, представленной графически. В зависимости от конкретной рецептивной коммуникативной задачи совершенствуются умения поискового, просмотрового и изучающего чтения, а также критического осмысления и интерпретации текста в профессиональной сфере.
- В области аудирования: формирование и развитие умений понимать информационные, повествовательные, описательные, аргументативные учебные и аутентичные устные тексты монологического и диалогического характера. В зависимости от конкретной коммуникативной задачи совершенствуются умения понимания общего смысла высказывания, детального понимания высказывания в профессиональной сфере.
- В области умений устной речи и общения: формирование и развитие умения создавать логичное и связное устное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное ситуации по цели, языковым средствам и

способам формирования и формулирования мысли по проблемам предметного содержания курса в профессиональной сфере.

- В области умений письменной речи: формирование и развитие умения создавать логичное и связное письменное высказывание, являющееся результатом решения коммуникативной задачи информирования и объяснения, адекватное требованиям жанра по цели, языковым средствам и способам формирования и формулирования мысли в профессиональной сфере.

Краткое содержание дисциплины:

Тема 1. Здоровый образ жизни

Тема 2. Медицина

Тема 3. Спорт

Тема 4. География Испании

Тема 5. Административное деление Испании

Тема 6. История Испании

Тема 7. Исторические личности Испании

Тема 8. Политика Испании

Тема 9. Командировка

Тема 10. Барселона

Тема 11. Страхование

Тема 12. Устройство на работу

Тема 13. Предпринимательство

Тема 14. Договоры

Тема 15. Экологические проблемы современности

Тема 16. Окружающая среда

Тема 17. Источники энергии

Тема 18. Современные технологии

Тема 19. Компьютер

Тема 20. Технический прогресс

Тема 21. Европа: прошлое и настоящее

Тема 22. Ибероамерика: вектор развития

Тема 23. Глобализация

Тема 24. Испания в мире

Тема 25. Окружающий мир

Тема 26. Мировой кризис

Тема 27. Россия в мире

Тема 28. Россия и ибероамерика